



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID

DOBLE GRADO EN TURISMO Y COMERCIO

Asignatura	Gestión de Calidad	Código	901204
Módulo	Formación Complementaria	Materia	Complemento de la Actividad Comercial
Carácter	Optativa	Créditos	6
Curso	Tercero	Semestre	7

Departamento Responsable	Organización de Empresas y Marketing
Coordinador/a	Ver listado de Coordinadores/as https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-los-grados

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR

(debe trasladarse la información que corresponde a la asignatura dentro del apartado de la memoria "contenidos")

La comprensión de la importancia de la gestión de la calidad en los ámbitos del comercio y el turismo de cara al cumplimiento de los objetivos marcados con respecto a los clientes y proveedores. La elaboración de un Plan de Calidad en la empresa, principalmente en las relaciones cliente-proveedor, teniendo en cuenta los diferentes modelos de gestión de la calidad y las técnicas específicas necesarias para llevarlo a cabo.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS <i>(opcional)</i>
No procede
OBJETIVOS FORMATIVOS
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<i>(debe trasladarse lo que aparece en la memoria verificada)</i>
<p>Comprender la evolución de la gestión de la calidad en las organizaciones</p> <p>Adquirir una visión amplia de las distintas herramientas y metodologías para la gestión de la calidad: calidad total, normas ISO, modelo EFQM, etc.</p> <p>Comprender los principios básicos de los métodos estadísticos de gestión de la calidad.</p> <p>Familiarizarse con los modelos de gestión de la calidad en los servicios y la calidad medioambiental</p> <p>Aprender a diseñar y poner en marcha ofertas atractivas para el mercado</p> <p>Gestionar de forma eficiente productos y/o servicios</p>
COMPETENCIAS <i>(debe trasladarse el nombre de la competencia y la descripción que aparecen en la memoria verificada)</i>
<p>Generales</p> <p>CG4 - Comprender y aplicar los mecanismos y técnicas de planificación, análisis de información, negociación, simulación, decisión y control en la relación comercial teniendo como base la estrategia comercial de la empresa.</p> <p>CG5 - Desarrollar las capacidades conceptuales y operativas de futuros gestores y directivos comerciales.</p> <p>CG6 - Saber comportarse con una actitud responsables ante los mercados y los consumidores con el fin de aplicar las estrategias y técnicas que se aprendan con el necesario cuidado por la norma y la ética profesional y respeto por el mercado y la sociedad en general.</p> <p>Específicas:</p> <p>CE9 - Dominar la filosofía del marketing y sus principales fundamentos de cara a poder aplicar la distintas técnicas y herramientas de marketing, tales como la investigación comercial y de mercados utilizadas para conseguir conocer mejor el comportamiento del consumidor intentando satisfacer sus deseos y necesidades de forma responsable y sostenible para la empresa.</p> <p>CE12 - Aprender eficientemente a gestionar de forma global productos y/o servicios con el fin de incorporar estrategias de innovación, packaging, y desarrollo que permitan a la empresa poner en el mercado una oferta más atractiva para los consumidores-usuarios tanto si son consumidores finales u otras organizaciones siempre respetando los principios de responsabilidad social.</p>
CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)

Tema 1. La Gestión de la Calidad

Tema 2. La Calidad Total y el modelo EFQM

Tema 3. Normalización y Certificación

Tema 4. El Sistema de Calidad Turística en España

Tema 5. Control Estadístico de la Calidad: Muestreo de Aceptación

Tema 6. Documentación de un Sistema de Gestión de la Calidad

Tema 7. La Gestión de la Calidad Medioambiental

Tema 8. Control Estadístico de la Calidad: Diseño de Experimentos

Tema 9. Calidad en los Servicios

Tema 10. Calidad y Seguridad Alimentaria

ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100
Trabajo guiado	27,5	55
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0



FACULTAD DE
COMERCIO Y TURISMO

Otras actividades	12,5	
EVALUACIÓN		
SISTEMA DE EVALUACIÓN		
Pruebas orales y/o escritas	50% examen final 10% pruebas parciales de tipo test	
Presentaciones	20%	
Trabajo e informes	15%	
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	5%	



FACULTAD DE
COMERCIO Y TURISMO

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- LLORENS, F.J.; FUENTES, M.M. (2005): *Calidad total: Fundamentos e implantación*. Pirámide. Madrid.
- MIRANDA GONZÁLEZ, F.J.; CHAMORRO MERA, A.; RUBIO LACOBIA, S. (2017): *Calidad y Excelencia*. Delta Publicaciones. Madrid
- MONTGOMERY, D.C. (2009): *Statistical Quality Control*. John Wiley & Sons, New York.
- MORENO-LUZÓN, M.D.; PERIS, F.J.; GONZÁLEZ, T. (2001): *Gestión de la Calidad y Diseño de Organizaciones. Teoría y estudio de casos*. Prentice Hall, Madrid.
- TARÍ GUILLÓ, J. J.; MOLINA AZORÍN, J. F.; PEREIRA MOLINER, J. (2017): *Gestión de la Calidad en el Turismo*. Editorial SINTESIS. Madrid

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- CLAVER, E., MOLINA, J.F., TARÍ, J.J. (2011): *Gestión de la calidad y gestión medioambiental. Fundamentos, herramientas, normas ISO y relaciones*. Pirámide, Madrid.
- CUATRECASAS, L. (2010): *Gestión integral de la calidad. Implantación, control y certificación*. Profit Editorial, Barcelona.
- EVANS, J.R.; LINDSAY, W. M. (2008): *Administración y control de la calidad*. Cengage Learning, México D.F.
- GÓMEZ MARTÍN, J. A. (2015): *Guía para la Aplicación de UNE-EN ISO 9001:2015*. AENOR, Madrid.
- LÓPEZ LEMOS, P. (2015): *Cómo Documentar un Sistema de Gestión de Calidad según ISO 9001:2015*. FC Editorial, Madrid.
- SÁNCHEZ RIVERO, J. M.; ENRÍQUEZ PALOMINO, A. (2016): *Implantación de Sistemas de Gestión de Calidad: La Norma ISO 9001:2015*. Fundación Confemetal, Madrid
- TAGUE, N.R. (2005): *The Quality Toolbox, 2º Ed.* ASQ Quality Press. Milwaukee, Wisconsin.
- VELASCO, J. (2005): *Gestión de la calidad: Mejora continua y sistemas de gestión*. Pirámide, Madrid.

Idioma en que se imparte

Español

Otra información

La evaluación continua (pruebas parciales tipo test, trabajos individuales, presentaciones y participación y actitud) supone el 50% de la nota final y se guarda para la convocatoria extraordinaria.

Para promediar con la nota de la evaluación continua es necesario obtener al menos 3.5 puntos sobre 10 en el examen final. Si la nota del examen final es inferior a 3.5 la calificación de la asignatura será la del examen final.

Si por causas de fuerza mayor, y de acuerdo con lo establecido por las autoridades competentes, fuese necesario suspender las actividades presenciales o tuviese lugar un confinamiento, la docencia, las tutorías y la evaluación continuarán de forma on-line a través del campus virtual, manteniéndose en todo lo demás lo establecido en esta guía.

