

**FICHA IDENTIFICATIVA****DATOS DE LA ASIGNATURA****Código:** 42981**Nombre:** Dirección de la calidad en el sector turístico**Ciclo:** Máster Universitario Oficial**Créditos ECTS:** 5**Curso académico:** 2026-27**TITULACIONES**

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2135 - Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo	Facultat d'Economia	1	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
2135 - Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo	Estrategia de la empresa turística	OPTATIVA

COORDINACIÓN

REY MARTI ANDREA

RESUMEN

Actualmente, la calidad constituye un factor clave de competitividad en el sector turístico, quien se encuentra con numerosos nuevos retos a los que se deberán enfrentar las empresas españolas en el futuro. Los motivos por los que las empresas optan cada vez más por adoptar estrategias de calidad vienen determinados principalmente por grandes cambios en la composición de la demanda y la oferta del turismo, entre otros, por la mayor exigencia de los clientes y gran rivalidad existente en el sector a nivel mundial.

Esta asignatura aborda el estudio de aspectos relacionados con la gestión de la calidad en el marco de la dirección y organización de empresas, profundizando en aquellos principios y aspectos clave para el caso de empresas del sector turístico. Así pues, el objetivo es conocer qué se entiende por calidad, las diferentes formas de gestionarla y los distintos modelos de referencia que pueden utilizar las empresas actualmente para implantar exitosamente sistemas de gestión de la calidad.

Entre los objetivos generales de la asignatura se encuentran:

- Entender los fundamentos básicos de la calidad y su gestión aplicada a las empresas turísticas



- Conocer en profundidad los distintos modelos de aplicación de la gestión de la calidad más comunes en las empresas españolas, el modelo ISO 9000 y el modelo EFQM de Excelencia.
- Estudiar los modelos de aseguramiento de la calidad en turismo, especialmente el Sistema para la Calidad Turística Española y la marca Q de Calidad.
- Tener una visión global y completa de la situación actual de las empresas turísticas españolas en relación con la gestión de la calidad, como factor clave de competitividad
- Analizar en profundidad temas de marcada relevancia para la empresa turística relacionados con la calidad, como son: análisis de los costes totales de calidad, herramientas que puede utilizar para mejorar su calidad y medición de la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

ervicio y la satisfacción del cliente.l>

CONOCIMIENTOS PREVIOS

RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

2135 - Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo

Analizar la estructura de la actividad turística en todos sus niveles, teniendo en cuenta los componentes del desarrollo turístico sostenible, sus ventajas, así como con sus limitaciones y riesgos.

Capacidad de dirección de departamentos de empresas turísticas.

Conocer las costumbres y prácticas del sector en su vertiente nacional e internacional, así como las peculiaridades inherentes a las diferentes áreas económicas.

Detectar nuevos mercados emergentes y abrir la empresa a los mismos. Realización de informes para asesoramiento en relaciones con mercados emergentes.

Detectar oportunidades y amenazas de distintos mercados turísticos, de sus competidores a corto y largo plazo y sus clientes.

Entender y adaptarse a las particularidades culturales de cada mercado turístico.

Realizar informes detallados sobre el sector y la actividad turística

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS



1. Concepto y dimensiones de la calidad

- 1.1.- La calidad en turismo: clave de competitividad
- 1.2.- Calidad del servicio en el sector turístico
- 1.3.- Concepto de calidad. Dimensiones de la calidad de servicio
- 1.4.- Evolución de los conceptos de calidad

2. Gestión de la calidad: Concepto y enfoques

- 2.1.- Concepto de gestión de la calidad
- 2.2.- Control por inspección y control de calidad
- 2.3.- Aseguramiento de la calidad: definición y principios
- 2.4.- Gestión de la Calidad Total: Definición y principios

3. Modelos de gestión de la calidad

- 3.1. Motivos para implantar un sistema de gestión de la calidad
- 3.2. Implantar un sistema de gestión de la calidad en una empresa turística
- 3.3. Modelos normativos
- 3.4. Modelos para implantar Gestión de la Calidad Total

4. La calidad turística en España

- 4.1. Introducción: Plan Integral de Calidad del Turismo Español
- 4.2. Instituto para la Calidad del Turismo Español
- 4.3. Sistema de Calidad Turística Española
- 4.4. Las normas Q de Calidad
- 4.5. Las iniciativas de Calidad Turística en las Comunidades Autónomas
- 4.6. Premios de Calidad Nacionales

5. Costes de calidad en las empresas turísticas

- 5.1. Costes de la no calidad
- 5.2. Costes de la calidad
- 5.3. Diseño de un programa de costes totales de calidad

6. La medición de la calidad del servicio turístico

- 6.1. Calidad del servicio turístico y percepción del cliente
- 6.2. Modelo SERVQUAL aplicado a la empresa turística
- 6.3. Otras técnicas de evaluación de la satisfacción del cliente
- 6.4. Modelo de las deficiencias de la calidad de servicio



7. Herramientas para la mejora de la calidad aplicadas al sector turístico

- 7.1. El proceso de prestación del servicio
- 7.2. Técnicas de representación gráfica
- 7.3. Herramientas para la mejora de procesos

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	25,00
Seminario	15,00
Total horas	40,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	0,00
Estudio y trabajo autónomo	0,00
Preparación de clases	30,00
Preparación de actividades de evaluación	55,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	85,00

METODOLOGÍA DOCENTE

El desarrollo de la asignatura se realizará en 8 sesiones de 5 horas, combinando en cada una de ellas la teoría con la práctica. Parte de las sesiones serán desarrolladas por el profesor y parte de las sesiones serán impartidas por personal profesional, ajeno a la Universidad, que vendrán en calidad de expertos en la materia.

Respecto a la parte teórica, el profesor explicará en clase los conceptos básicos y el contenido del temario animando y facilitando la participación de los estudiantes durante las sesiones. En todo momento se fomentará la discusión de aspectos relevantes de la materia estudiada de tal forma que se facilite al máximo el aprendizaje.

En cuanto a la parte práctica de la materia, los alumnos podrán realizar de manera opcional un trabajo sobre una empresa turística real que aborde todos los temas estudiados, explicados en las sesiones teóricas. Complementariamente, se realizarán en algunos temas casos y ejercicios que serán trabajados en grupo o de manera individual y posteriormente discutidos en el aula. El objetivo de dicha metodología es conseguir que los alumnos:

- Desarrollen sus capacidades críticas y reflexivas mediante la lectura y exposición de temas relacionados



con la materia.

- Desarrollen, a través del estudio de situaciones reales de empresa, las capacidades analíticas y creativas que requieren la identificación y resolución de problemas.

ación y resolución de problemas.

EVALUACIÓN

El sistema de evaluación del aprendizaje de la asignatura consta de dos partes. Una primera parte que evaluará el grado de adquisición de conocimientos por parte del alumno sobre el conjunto de la asignatura, especialmente sobre el entendimiento y la comprensión de la totalidad de la materia, y consistirá en la realización de una prueba escrita o examen. En dicha prueba se evaluará principalmente el traslado y la aplicación de los conocimientos teóricos a la práctica empresarial. La calificación obtenida en esta prueba supondrá el 70% de la nota final.

Por otro lado, se valorará la elaboración de trabajos, evaluando la reflexión, análisis y discusión de los temas tratados en cada sesión. También se evaluará la presentación y la exposición en público de trabajos elaborados con información recopilada de distintas fuentes, así como las actitudes y aptitudes de los estudiantes en el trabajo en equipo, la resolución de problemas y la coordinación de actividades con un 30%.

Todo esto, que supone la calificación del esfuerzo individual, grupal y de la participación en las sesiones tendrá una ponderación total del 10% de la calificación final.

en total del 10% de la calificación final.

p>

BIBLIOGRAFÍA

- Camisón, C., Cruz, S. y González, T. (2006): Gestión de la Calidad: Conceptos, Enfoques, Modelos y Sistemas. Prentice-Hall, Madrid.
- Juliá, M., Porsche, F., Jiménez, V. y Verge, X. (2002): Gestión de Calidad Aplicada a Hostelería y Restauración. Prentice-Hall, Madrid.
- Parra E. y Calero I. (coords.) (2006): Dirección y Gestión de Empresas Turísticas. Ed. McGraw-Hill, Madrid.



- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. y Berry, L.L. (1993): Calidad Total en la Gestión de Servicios. Ed. Díaz de Santos, Madrid.
- Alonso, M., Barcos, L. y Martín, J.I. (2006): Gestión de la Calidad de los procesos turísticos. Ed. Síntesis, Madrid.
- Tarí, J.J., Molina, J.F. y Pereira, J. (2017): Gestión de la calidad en el turismo. Ed. Síntesis.
- Moreno, M. D., Peris, F. J. y González, T. F. (2000): Gestión de la Calidad y Diseño de Organizaciones: Teoría y estudio de casos, Prentice-Hall, Madrid.