

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA**

Codi: 42981
Nom: Direcció de la qualitat en el sector turístic
Cicle: Màster Universitari Oficial
Crèdits ECTS: 5
Curs acadèmic: 2026-27

TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Període
2135 - Màster Universitari en Direcció i Planificació del Turisme	Facultat d'Economia	1	Primer quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2135 - Màster Universitari en Direcció i Planificació del Turisme	Estratègia de l'empresa turística	OPTATIVA

COORDINACIÓ

REY MARTI ANDREA

RESUM

Actualment, la qualitat constitueix un factor clau de competitivitat en el sector turístic, qui es troba amb nombrosos nous reptes als quals s'hauran d'enfrontar les empreses espanyoles en el futur. Els motius pels quals les empreses opten cada vegada més per adoptar estratègies de qualitat venen determinats principalment per grans canvis en la composició de la demanda i l'oferta del turisme, entre altres, per la major exigència dels clients i gran rivalitat existent en el sector a nivel mundial.

Esta assignatura aborda l'estudi d'aspectes relacionats amb la gestió de la qualitat en el marc de la direcció i organització d'empreses, aprofundint en aquells principis i aspectes clau per al cas d'empreses del sector turístic. Així doncs, l'objectiu és conèixer què s'entén per qualitat, les diferents maneres de gestionar-la i els diferents models de referència que poden utilitzar les empreses actualment per a implantar reeixidament sistemes de gestió de la qualitat.

Entre els objectius generals de l'assignatura es troben:

¿ Entendre els fonaments bàsics de la qualitat i la seua gestió aplicada a les empreses turístiques



- ¿ Conèixer en profunditat els diferents models d'aplicació de la gestió de la qualitat més comunes en les empreses espanyoles, el model ISO 9000 i el model *EFQM d'Excel·lència.
- ¿ Estudiar els models d'assegurament de la qualitat en turisme, especialment el Sistema per a la Qualitat Turística Espanyola i la marca Q de Qualitat.
- ¿ Tindre una visió global i completa de la situació actual de les empreses turístiques espanyoles en relació amb la gestió de la qualitat, com a factor clau de competitivitat
- ¿ Analitzar en profunditat temes de marcada rellevància per a l'empresa turística relacionats amb la qualitat, com són: anàlisi dels costos totals de qualitat, ferramentes que pot utilitzar per a millorar la seua qualitat i mesurament de la qualitat de servici i la satisfacció del client.

CONEXEMENTS PREVIS

RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

2135 - Màster Universitari en Direcció i Planificació del Turismo

Analitzar l'estructura de l'activitat turística en tots els nivells, tenint en compte els components del desenvolupament turístic sostenible, els seus avantatges i les seues limitacions i riscos.

Capacitat de direcció de departaments d'empreses turístiques.

Conèixer els costums i les pràctiques del sector en els seus vessants nacional i internacional, així com les peculiaritats inherents a les diverses àrees econòmiques.

Detectar nous mercats emergents i obrir-hi l'empresa. Realització d'informes per a assessorament en relacions amb mercats emergents.

Detectar oportunitats i amenaces de distints mercats turístics, dels seus competidors a curt i llarg termini i els seus clients.

Entendre i adaptar-se a les particularitats culturals de cada mercat turístic.

Realitzar informes detallats sobre el sector i l'activitat turística.



DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Concepte i dimensions de la qualitat

1.1.- La qualitat en turisme: clau de competitivitat

1.2.- Qualitat del servici en el sector turístic

1.3.- Concepte de qualitat. Dimensions de la qualitat de servici

1.4.- Evolució dels conceptes de qualitat

2. Gestió de la qualitat: Concepte i enfocaments

2.1.- Concepte de gestió de la qualitat

2.2.- Control per inspecció i control de qualitat

2.3.- Assegurament de la qualitat: definició i principis

2.4.- Gestió de la Qualitat Total: Definició i principis

3. Models de gestió de la qualitat

3.1. Motius per a implantar un sistema de gestió de la qualitat

3.2. Implantar un sistema de gestió de la qualitat en una empresa turística

3.3. Models normatius

3.4. Models per a implantar Gestió de la Qualitat Total

4. La qualitat turística a Espanya

4.1. Introducció: Pla Integral de Qualitat del Turisme Espanyol

4.2. Institut per a la Qualitat del Turisme Espanyol



- 4.3. Sistema de Qualitat Turística Espanyola
- 4.4. Les normes Q de Qualitat
- 4.5. Les iniciatives de Qualitat Turística en les Comunitats Autònomes
- 4.6. Premis de Qualitat Nacionals
- 5. Costos de qualitat en les empreses turístiques
 - 5.1. Costos de la no qualitat
 - 5.2. Costos de la qualitat
 - 5.3. Disseny d'un programa de costos totals de qualitat
- 6. El mesurament de la qualitat del servici turístic
 - 6.1. Qualitat del servici turístic i percepció del client
 - 6.2. Model *SERVQUAL aplicat a l'empresa turística
 - 6.3. Altres tècniques d'avaluació de la satisfacció del client
 - 6.4. Model de les deficiències de la qualitat de servici
- 7. Ferramentes per a la millora de la qualitat aplicades al sector turístic
 - 7.1. El procés de prestació del servici
 - 7.2. Tècniques de representació gràfica
 - 7.3. Ferramentes per a la millora de processos

VOLUM DE TREBALL (HORES)

ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Teoria	25,00
Seminari	15,00



Total hores	40,00
--------------------	--------------

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	0,00
Estudi i treball autònom	0,00
Preparació de classes	30,00
Preparació d'activitats d'avaluació	55,00
Resolució de casos pràctics	0,00
Total hores	85,00

METODOLOGIA DOCENT

El desenvolupament de l'assignatura es realitzarà en 8 sessions de 5 hores, combinant en cada una d'elles la teoria amb la pràctica. Part de les sessions seran desenrotllades pel professor i part de les sessions seran impartides per personal professional, alié a la Universitat, que vindran en qualitat d'experts en la matèria.

Respecte a la part teòrica, el professor explicarà en classe els conceptes bàsics i el contingut del temari animant i facilitant la participació dels estudiants durant les sessions. En tot moment es fomentarà la discussió d'aspectes rellevants de la matèria estudiada de tal forma que es facilite al màxim l'aprenentatge.

Quant a la part pràctica de la matèria, els alumnes podran realitzar de manera opcional un treball sobre una empresa turística real que aborde tots els temes estudiats, explicats en les sessions teòriques. Complementàriament, es realitzaran en alguns temes casos i exercicis que seran treballats en grup o de manera individual i posteriorment discutits a l'aula. L'objectiu d'esta metodologia és aconseguir que els alumnes:

¿ Desenvolupen les seues capacitats crítiques i reflexives mitjançant la lectura i exposició de temes relacionats amb la matèria.

¿ Desenvolupen, a través de l'estudi de situacions reals d'empresa, les capacitats analítiques i creatives que requereixen la identificació i resolució de problemes.

AVALUACIÓ

El sistema d'avaluació de l'aprenentatge de l'assignatura consta de dos parts. Una primera part que avaluarà el grau d'adquisició de coneixements per part de l'alumne sobre el conjunt de l'assignatura, especialment sobre l'enteniment i la comprensió de la totalitat de la matèria, i consistirà en la realització d'una prova escrita o examen. En esta prova s'avaluarà principalment el trasllat i l'aplicació dels coneixements teòrics a la pràctica empresarial. La qualificació obtinguda en esta prova suposarà el 70% de la nota final.



D'altra banda, es valorarà l'elaboració de treballs, avaluant la reflexió, anàlisi i discussió dels temes tractats en cada sessió. També s'avaluarà la presentació i l'exposició en públic de treballs elaborats amb informació recopilada de diferents fonts, així com les actituds i aptituds dels estudiants en el treball en equip, la resolució de problemes i la coordinació d'activitats amb un 30%.

Tot això, que suposa la qualificació de l'esforç individual, grupal i de la participació en les sessions tindrà una ponderació total del 10% de la qualificació final.

BIBLIOGRAFIA

- 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.