

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA****Codi:** 43400**Nom:** Metodologies per a la qualitat en els serveis**Cicle:** Màster Universitari Oficial**Crèdits ECTS:** 3**Curs acadèmic:** 2026-27**TITULACIONS**

Titulació	Centre	Curs	Període
2154 - Màster Universitari en Gestió de la Qualitat	Facultat d'Economia	1	Segon quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2154 - Màster Universitari en Gestió de la Qualitat	Qualitat dels serveis	OPTATIVA

COORDINACIÓ

CIMADEVILLA GARCIA ELSA

RESUM**CONEIXEMENTS PREVIS****RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ**

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

ALTRES TIPUS DE REQUISITS

Los conocimientos previos requeridos son los exigidos para poder acceder a los estudios del máster.

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE**2154 - Màster Universitari en Gestió de la Qualitat**

Analitzar de forma crítica tant el seu treball com el dels seus companys.

Aplicar el treball en equip com a mecanisme bàsic per a la millora contínua del sistema de gestió de la qualitat.



Capacitat per desenvolupar una actitud de crítica constructiva i de millora contínua cap a les pràctiques i el funcionament de l'organització.

Capacitat per dissenyar, implantar i millorar contínuament un sistema de gestió de la qualitat, tant en una empresa de producció com en una organització del sector de serveis.

Construir i interpretar ferramentes per al mesurament de la satisfacció del client d'una organització.

Construir una actitud proactiva davant dels possibles canvis que es produïsquen en la seua labor professional y/o investigadora.

Identificar les polítiques de RRHH que recolzen i faciliten el desenrotllament d'una cultura organitzativa basada en la gestió de la qualitat.

Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.

Que els estudiants posseïsquen les habilitats d'aprenentatge que els permeten continuar estudiant d'una forma que haurà de ser en gran manera autodirigida o autònoma.

Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.

Que els estudiants sàpiguen comunicar les conclusions (i els coneixements i les raons últimes que les sustenten) a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.

Que els estudiants siguen capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.

Saber identificar i traduir a especificacions de producte o servei, segons el cas, les necessitats i les expectatives dels clients d'una organització.

Saber redactar i preparar presentacions per posteriorment exposar-les i defensar-les.

Saber treballar en equip amb eficàcia i eficiència.

Ser capaços d'integrar les noves tecnologies en la seva tasca professional i / o investigadora.

Ser capaços de buscar, ordenar, analitzar i sintetitzar la informació, seleccionant la que resulta pertinent per a la presa de decisions.

Ser capaços de prendre decisions tant individuals com col·lectives en la seva tasca professional i / o investigadora.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS



1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

VOLUM DE TREBALL (HORES)

ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Tutories	6,00
Teoria	20,00
Seminari	4,00
Total hores	30,00

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	0,00
Preparació d'activitats d'avaluació	0,00



Resolució de casos pràctics	0,00
Total hores	0,00

METODOLOGIA DOCENT**AVALUACIÓ****BIBLIOGRAFIA**

- Alcaide, J.C., Díez, M. (2019): Customer Experience. Las claves de la experiencia del cliente en la era digital cognitiva, ESIC Editorial, Madrid.
- Deulofeu Aymar, J. (2012): Gestión de la calidad total en el retail, Pirámide, Madrid.
- Lovelock, C., Reynoso, J., D'Andrea, G. y Huete, L. (2004): Administración de Servicios. Estrategias de marketing, operaciones y recursos humanos. Prentice Hall, México.
- Prats, P. (2005): Métodos para medir la satisfacción del cliente, AENOR Ediciones, Madrid.
- Camisón, C., Cruz, S., González, T. (2007): Gestión de la calidad. Conceptos, enfoques, modelos y sistemas, Pearson Prentice-Hall, Madrid. (Capítulo 14: La calidad en el servicio)
- Sangüesa, M., Mateo, R., Ilzarde, L. (2019, 2ª edición actualizada): Teoría y Práctica de la Calidad, Paraninfo, Madrid.
- Barquero, D., Rodríguez de Llauder, C., Barquero, M., Huertas, F. (2006): Marketing de clientes, McGraw Hill, Madrid.
- Zeithaml, V., Bitner, M.J. (2002): Marketing de servicios, McGraw-Hill, México.
- Tari, J.J., Molina, J.F. y Pereira, J. (2017): Gestión de la calidad en el turismo, Editorial Síntesis, Madrid.
- Cook, S. (2006): Medición de la eficacia del servicio al cliente, AENOR, Madrid.
- Salgado, J. (2008): Modelo Q+4D: Cómo medir la satisfacción del cliente más allá de la calidad percibida, AENOR, Madrid.
- González, C., González, L., Juaneda, E., Pelegrín, J. (2014): La calidad de las organizaciones



turísticas, Ediciones Paraninfo, Madrid.

- Hill, N., Alexander, J. (2003, 2ª edición): Manual para satisfacción del cliente y evaluación de la fidelidad, AENOR, Madrid.
- Manzano, R., Gavilán, D., Avello, M., Abril, C., Serra, T. (2012): Marketing sensorial, comunicar con los sentidos en el punto de venta, FT Prentice Hall, Madrid.
- Villa, J. P. (2014): Manual de atención a clientes y usuarios, Profit Editorial, Barcelona.
- Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., Berry, L.L. (1993): Calidad total en la gestión de servicios, Díaz de Santos, Madrid.