

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE
<b>Titulación</b>	Grado en Marketing y Dirección Comercial
<b>Escuela/ Facultad</b>	Ciencias Sociales
<b>Curso</b>	4º
<b>ECTS</b>	6 ECTS (150 Horas)
<b>Carácter</b>	Optativa
<b>Idioma/s</b>	Español
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Semestre</b>	S2
<b>Curso académico</b>	2024/2025
<b>Docente coordinador</b>	Cesáreo Reyes Moreno

## 2. PRESENTACIÓN

Calidad y atención al cliente es una materia optativa dentro Grado de Marketing y Dirección Comercial correspondiente al segundo semestre de cuarto curso con un valor de 6 créditos ECTS, al igual que el resto de las asignaturas obligatorias de la titulación.

Dado que la calidad se ha convertido en un elemento que poco a poco las empresas han ido integrando en sus sistemas de gestión hasta llegar a constituirse como uno de los pilares fundamentales de la estrategia empresarial es necesario que, aquellas personas que en un futuro formen parte de sus equipos directivos posean una formación básica de esta materia y del alcance que puede tener en cualquier tipo de organización.

La asignatura proporciona una visión global y actualizada de los conceptos básicos de calidad, como la gestión por procesos, los sistemas de gestión de calidad, las certificaciones o la calidad total, entre otros, con los que el alumno necesita familiarizarse para manejarse con soltura en el terreno de la calidad. La materia proporciona al alumno una cultura integradora de la calidad con otros aspectos básicos de la gestión empresarial actual como son la Responsabilidad Social Corporativa, el medioambiente y la sostenibilidad.

En la segunda parte de la asignatura, se presenta la atención al cliente y la experiencia del cliente como elementos fundamentales de cualquier estrategia de calidad. Se estudian las claves de la comunicación verbal y no verbal en la prestación de servicios, tanto de forma presencial como de forma no presencial ya sea por teléfono, por e-mail o sirviéndose de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs). Se examinan asimismo otras cuestiones básicas de la atención al cliente como la satisfacción del cliente, la recuperación del servicio y la fidelización de clientes. Se explora la relación entre calidad, atención al cliente y marketing a través del estudio del marketing relacional, el marketing experiencial y

el marketing emocional. También, se estudia la experiencia del cliente como base de la construcción del servicio, además de los conceptos afines.

Por último, se explican métodos para la medición de la satisfacción obtenida en el disfrute del servicio. Todo ello desde un punto de vista práctico a través del estudio de caso.

### **3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

#### **Competencias básicas:**

- CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
- CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio
- CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
- CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
- CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

#### **Competencias transversales:**

- CT19 - Motivación por la calidad: Excelencia en el trabajo a realizar
- CT24 - Creatividad e innovación: Que el estudiante sea capaz de idear soluciones nuevas y diferentes a problemas que aporten valor a problemas que se le plantean.
- CT25 - Visión estratégica: Habilidad para comprender rápidamente los cambios del entorno, las oportunidades del mercado, las amenazas competitivas y las fortalezas y debilidades

#### **Competencias específicas:**

- CE13 - Analizar, integrar y evaluar la información procedente del entorno jurídico y socio-económico, necesario para la toma de decisiones en la empresa y en el área de marketing en el ámbito nacional e internacional.
- CE15 - Utilizar las herramientas técnicas y tecnológicas de la información y comunicación, necesarias para la gestión empresarial.
- CE20 - Tener una visión global de la relevancia del marketing como fuente de innovación en la empresa y su repercusión en la sociedad
- CE2 - Identificar y aplicar las nuevas tendencias en la administración de empresas: capacidad de liderazgo para la gestión de personas, gestión del

conocimiento, gestión de la innovación, etc., que le permitan alcanzar un mayor desarrollo profesional y éxito empresarial en el área de marketing.

#### **Resultados de aprendizaje:**

- RA1: Diseño de un proceso de calidad e innovación en la empresa.
- RA2: Comprensión de conceptos relacionados con la calidad y la innovación en el entorno empresarial.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

<b>Competencias</b>	<b>Resultados de aprendizaje</b>
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT19, CE15	RA1: Diseño de un proceso de calidad e innovación en la empresa.
CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CT24, CT25, CE2, CE13, CE20	RA2: Comprensión de conceptos relacionados con la calidad y la innovación en el entorno empresarial.

## **4.CONTENIDOS**

Los contenidos de la asignatura son:

1. Atención al cliente
2. Gestión de la calidad en la empresa
3. Mejora continua y excelencia empresarial

## **5.METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE**

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas (ABP)
- Aprendizaje basado en proyectos
- Clase magistral
- Entornos de simulación

## **6.ACTIVIDADES FORMATIVAS**

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Actividad formativa	Número de horas
Trabajo guiado (tutorías, seguimiento de aprendizaje) (modalidad presencial)	12,5
Lecciones magistrales	55
Lecciones magistrales asíncronas	7,5
Trabajo autónomo del alumno (modalidad presencial)	37,5
Trabajo grupal del alumno (modalidad presencial)	25
Otras actividades (visitas externas, conferencias...) (modalidad presencial)	12,5
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

## 7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Sistema de evaluación	Peso
Trabajos e informes (modalidad presencial)	20%
Presentaciones/Exposiciones orales (modalidad presencial)	10%
Ejercicios prácticos (modalidad presencial)	30%
Prueba de conocimiento (modalidad presencial)	40%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

### 7.1. Convocatoria ordinaria

- Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria el alumno deberá obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura. La Guía del campus de esta asignatura detalla los criterios y elementos que componen y determinan la calificación final de la asignatura.

- Si se realiza al menos una prueba de evaluación, el estudiante ya no podrá constar como no presentado en convocatoria ordinaria, sino que se evaluará con la calificación correspondiente.

- Se requiere una asistencia mínima presencial del 50% para la evaluación continua. El incumplimiento de este porcentaje de asistencia impide al estudiante superar la asignatura en convocatoria ordinaria y deberá presentarse en la

convocatoria extraordinaria, realizando aquellas actividades que no haya superado. La asistencia del alumno a la sesión mediante Hyflex no será computada como asistencia a dicha sesión.

- La modificación de fechas de pruebas de evaluación a título individual solo se podrá solicitar en caso de cumplirse los criterios establecidos al respecto por la Universidad Europea de Canarias.

## 7.2. Convocatoria extraordinaria

- Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria el alumno deberá obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura. La Guía del campus de esta asignatura detalla los criterios y elementos que componen y determinan la calificación final de la asignatura.

- Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

- Los requisitos para superar la asignatura, así como los pesos de las diferentes actividades evaluables, serán los mismos que en la convocatoria ordinaria.

- Si se realiza al menos una prueba de evaluación, el estudiante ya no podrá constar como no presentado en convocatoria ordinaria, sino que se evaluará con la calificación correspondiente.

- La modificación de fechas de pruebas de evaluación a título individual solo se podrá solicitar en caso de cumplirse los criterios establecidos al respecto por la Universidad Europea de Canarias.

## 8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	semana 4
Actividad 2	semana 6
Actividad 3	semana 8
Actividad 4a	semana 11
Actividad 5	semana 13
Actividad 6	semana 15
Actividad 7 y Actividad 4b	semana 16
Actividad 8	semana 17

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

## 9. BIBLIOGRAFÍA

La obra de referencia para el seguimiento de la asignatura es:

- Camisón, C., Cruz, S. y González, T. (2011). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoque, modelos y sistema*. Pearson Prentice Hall

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Alcaide, J. y Díez, M. (2019). *Customer Experience*. ESIC Editorial
- Ariza, F. y Ariza, J. (2021). *Comunicación y Atención al Cliente*. McGraw-Hill Interamericana de España
- González, J. y Cuatrecasas, L. (2017). *Gestión Integral de la Calidad: Implantación, control y certificación*. Profit Editorial
- Ovejero, J. L. M. (2019). *Tú habla, que yo te leo: Las claves de la comunicación no verbal*. Aguilar

## 10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA Y DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

2. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
3. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
4. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
5. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:  
[orientacioneducativa@universidadeuropea.es](mailto:orientacioneducativa@universidadeuropea.es)

## **11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN**

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.