

## 1. DATOS BÁSICOS

<b>Asignatura</b>	Calidad y atención al cliente en el ámbito físico-deportivo
<b>Titulación</b>	Grado en Gestión Deportiva
<b>Escuela/ Facultad</b>	Medicina, Salud y Deportes
<b>Curso</b>	Cuarto
<b>ECTS</b>	6 ECTS
<b>Carácter</b>	Obligatorio
<b>Idioma/s</b>	Castellano e inglés
<b>Modalidad</b>	Presencial / a distancia
<b>Semestre</b>	Segundo semestre
<b>Curso académico</b>	2025-2026
<b>Docente coordinador</b>	Jorge López Fernández

## 2. PRESENTACIÓN

En los últimos años, el cliente ha pasado a tener mucho mayor poder en el mercado, debido a dos factores principales, el aumento de opciones en el mercado y la posibilidad de informar de experiencias de compra a miles de personas en cuestión de segundos. Este cambio en la relación de poder entre el cliente-organización ha modificado la forma en la que las empresas se relacionan con sus clientes, de forma que, cada vez es más importante el mantener una relación cercana y personalizada con los clientes, así como, proporcionarles productos y/o servicios de mayor calidad que los de la competencia.

El concepto de calidad se centra en la capacidad de una organización para satisfacer / responder a los deseos de los clientes y grupos de interés según especificaciones que satisfagan o mejoren sus necesidades y expectativas. La calidad, por lo tanto, hace referencia a muchos términos diferentes, incluido las características del producto/servicio comercializado por la organización, la ausencia de deficiencias, el proceso de producción, la cadena de valor y la perspectiva de valor. La atención al cliente, por su parte, es el conjunto de acciones utilizadas por las organizaciones para comunicarse con sus grupos de interés, en especial, con aquellas personas físicas o jurídicas que presten atención a sus productos, servicios o actividades. Por lo tanto, entre sus funciones se encuentran la resolución de problemas, gestión de reclamaciones, resolución de dudas o formar al cliente, consumidor o usuario en el uso de los productos/servicios producidos por la organización.

Esta asignatura tiene como objetivo formar al alumno en estos dos conceptos (Gestión de la Calidad Total y Atención al Cliente), con el fin de dotarles de herramientas y capacidades con las que tener éxito en un mercado cada vez más complejo y competitivo. El alumnado abordará cada uno de estos componentes de forma teórica y práctica, aplicando los conceptos y las herramientas adquiridas en casos reales o situaciones simuladas cercanas a la realidad que demanda el mercado deportivo actual. Por tanto, gracias a esta asignatura se profundizará en contenidos transversales ya tratados en otras materias, dándoles mayor alcance, globalidad y aportando nuevos usos y utilidades, al mismo tiempo que desarrollarán y adaptarán nuevos contenidos, facilitando la adquisición y fortalecimiento de las competencias.

### 3. RESULTADOS E APRENDIZAJE

#### Conocimientos:

CON01. Conoce planes de actuación empresarial para la mejora de procesos que involucren recursos materiales, humanos u económicos.

CON02. Describe el diseño de un proceso de emprendimiento y desarrollo de negocio, desde su conceptualización hasta su implementación y evaluación, atendiendo a las características individuales y contextuales de la empresa, así como a los principios históricos, técnicos y éticos.

CON06. Describe los procesos de construcción y explotación de las diferentes instalaciones deportivas.

#### Competencias:

COMP03. Dirigir y coordinar equipos tanto individuales como grupales en el desarrollo de tareas, protocolos, procesos y actividades relacionadas con las buenas prácticas de gestión deportiva y la actividad física.

COMP5. Organizar, dirigir, planificar y coordinar los recursos humanos de las diferentes entidades deportivas, incluyendo la evaluación de desempeño, organigramas y otras estructuras profesionales en cumplimiento con la normativa vigente.

COMP6. Identificar, organizar, dirigir, planificar, coordinar, implementar y realizar evaluación técnico-científica de los recursos organizativos y recursos materiales e instalaciones deportivas, incluido su diseño básico y funcional.

COMP15. Elaborar planes de actuación empresarial para la mejora de procesos que involucren recursos materiales, humanos u económicos.

### 4. CONTENIDOS

#### PARTE 1. Calidad

- 1) Introducción al concepto de calidad
- 2) Herramientas para la inspección de la calidad
- 3) Herramientas para el control y la mejora de la calidad
- 4) Los Sistemas de Gestión de Calidad Total: Certificaciones de calidad
- 5) El Modelo EFQM
- 6) Técnicas para la gestión de la mejora continua
- 7) Calidad y medio ambiente

#### PARTE 2. ATENCIÓN AL CLIENTE

- 1) Introducción: el enfoque en el cliente
- 2) La calidad del servicio como clave de una adecuada atención al cliente
- 3) La comunicación como clave de una atención al cliente de calidad
- 4) La recuperación del servicio: tratamiento de objeciones y quejas
- 5) El servicio al cliente en clave de experiencia
- 6) El servicio al cliente a través de las TIC

## 5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

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

- Clase magistral/Webconference
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas (ABP)

## 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:

### Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	20
Lectura de temas de contenido	12
Resolución de problemas y ejercicios prácticos	25
Análisis de casos	20
Exposiciones orales	10
Elaboración de informes y escritos	15
Actividades participativas grupales (seminarios, talleres, participación en foros...)	10
Visitas externas	10
Tutorías	4
Trabajo autónomo	17
Coevaluación y autoevaluación	5
Pruebas presenciales de conocimiento	2
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>

### Modalidad virtual:

Actividad formativa	Número de horas
Clases virtuales síncronas	20
Lecturas de temas de contenido	12
Resolución de problemas	25
Análisis de casos	20
Búsqueda de recursos y selección de fuentes de información	10

Exposición oral de trabajos a través de seminarios virtuales	10
Elaboración de informes y escritos	15
Actividades participativas grupales (seminarios, participación en foros)	10
Tutoría virtual	4
Trabajo autónomo	17
Coevaluación y/o autoevaluación	5
Pruebas de evaluación virtuales	2
<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:

### Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	25%
Carpeta de aprendizaje / portafolio	20%
Observación del desempeño	10%
Elaboración de informes y escritos	15%
Análisis de casos	30%

### Modalidad virtual:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas virtuales de conocimiento	60
Elaboración de informes y escritos	10
Análisis de casos	10
Carpeta de aprendizaje / portafolio	10
Diseño y elaboración de actividades prácticas	5
Observación del desempeño	5

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 deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

### 7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria extraordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 5,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

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.

## 8. CRONOGRAMA

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

Actividades evaluables	Fecha
Reto Consultoría Calidad y ESG	4 marzo
Medición Calidad Evento Deportivo	7 marzo
Prueba Evaluación 1. Calidad	7 marzo
Plan de Atención al Cliente y Análisis de Competidores	29 de abril
Interno Gestión de Crisis	16 de mayo
Prueba Evaluación 2. Atención al Cliente	3 de junio
Plan Atención al Cliente	6 de junio
Participación y Rendimiento en clase	Todo el curso

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:

- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2022). Quality management for organizational excellence: Introduction to total quality (9th ed.). Pearson.

- Torres, E. N., & Zhang, T. (2023). Customer service marketing: Managing the customer experience. Routledge.
- Unger, T. (2024). The 10-second customer journey: The CXO's playbook for growing and retaining customers in a digital world. Practical Inspiration Publishing.

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Álvarez-Sánchez, A., & García-Navarro, J. J. (2021). Comunicación empresarial y atención al cliente. Editex.
- Cook, S. (2017). Measuring customer service effectiveness. Routledge.
- DeLisi, R., & Michaeli, D. (2021). Digital Customer Service: Transforming Customer Experience for an On-Screen World. John Wiley & Sons.
- Fernández-Rico, E. M. y Fernández-Verde, L. (2017). Comunicación empresarial y atención al cliente. 2.ª edición. Ediciones Paraninfo, SA.
- Gil-López, J. V. G. (2020). COMT004PO-Fundamentos de atención al cliente. Editorial Elearning, SL.
- Ladrón-de Guevara, M. A. (2020). Atención al cliente en el proceso comercial. UF0349. Editorial Tutor Formación.
- López-Salas, S. (2020). Atención al cliente, consumidor y usuario. Ediciones Paraninfo, SA.
- Raab, G., Ajami, R. A., & Goddard, G. J. (2016). Customer relationship management: A global perspective. CRC Press.
- Serradilla-Juan, R. & Sánchez-Gutián, J. M. (2020). El cliente sale de viaje. Cómo entender a los clientes del futuro. Kolima Books.

## 10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

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:

1. Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
2. 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.
3. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
4. 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**

¡Tu 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.