

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Calidad y atención al cliente
Titulación	Máster Universitario en Dirección y Gestión Hotelera
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Sociales
Curso	1º
ECTS	3 créditos
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Online
Semestre	2º semestre
Curso académico	2021 - 2022
Docente coordinador	Alejandro Sepúlveda

2. PRESENTACIÓN

Lejos de ser de las muchas modas pasajeras para la administración de empresas, la gestión de calidad es una filosofía empresarial que se ha implantado firmemente en el seno de todo tipo de organizaciones del mundo entero. No en vano, más de medio siglo después de su nacimiento en Japón allá por los años cincuenta del siglo XX, el movimiento de la calidad sigue suscitando gran interés y resulta especialmente de vital importancia en el sector hotelero.

En la presente asignatura comenzaremos explorando el concepto de calidad desde diferentes ángulos, la filosofía de su gestión y sus principios. Teniendo en cuenta el enfoque en los servicios de la asignatura continuaremos con las particularidades de la calidad en los servicios como clave de una adecuada atención al cliente presentando el modelo SERVQUAL. La gestión de la relación con el cliente, así como la experiencia del cliente como base para la construcción del servicio resultan claves para entender el concepto del marketing emocional y la atención al cliente.

En la última parte de la asignatura conoceremos las certificaciones más relevantes para el sector hotelero en materia de calidad como son las normas ISO, las certificaciones de calidad y gestión medioambiental, la Q de Calidad Turística (como modelo nacional) y el modelo EFQM.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

A continuación, se detallan las competencias y resultados de aprendizaje del módulo al que pertenece la asignatura.

Competencias básicas:

- **CB8** - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- **CB9** – Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- **CB10** - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias transversales:

- **CT01** - Valores éticos: Capacidad para pensar y actuar según principios universales basados en el valor de la persona que se dirigen a su pleno desarrollo y que conlleva el compromiso con determinados valores sociales.
- **CT08** - Espíritu emprendedor: Capacidad para asumir y llevar a cabo actividades que generan nuevas oportunidades, anticipan problemas o suponen mejoras.
- **CT09** - Mentalidad global: Ser capaz de mostrar interés y comprender otros estándares y culturas, reconocer las propias predisposiciones y trabajar con efectividad en una comunidad global

Competencias específicas:

- **CE01** - Capacidad para desarrollar estrategias de gestión hotelera competitivas e innovadoras a partir de la búsqueda y análisis de información de fuentes fiables en el ámbito de la dirección y gestión hotelera.
- **CE02** - Capacidad para coordinar la planificación y la gestión de las relaciones entre los distintos departamentos de las empresas turísticas
- **CE03** - Capacidad para diseñar e implementar procesos estratégicos de cambio, que incluyan planes de seguimiento y evaluación de resultados, y permitan establecer planes de mejora en empresas del sector hotelero.

- **CE04** - Capacidad para implantar un sistema de garantía de calidad y aplicar principios de responsabilidad social en la empresa, atendiendo particularmente a la gestión de los sistemas de calidad medioambiental, orientado al cumplimiento de la legalidad vigente y como fuente de oportunidades, para el refuerzo de la imagen y el proceso productivo en la empresa del sector hotelero. (ISO 14001, EMAS).
- **CE06** - Capacidad para aplicar diferentes técnicas de gestión económico financiera: análisis avanzados de estados contables, análisis de ratios adaptados, control financiero presupuestario y el cuadro de mando integral, para toma de decisiones estratégicas en empresas turísticas.
- **CE07** - Capacidad de promover políticas de recursos humanos en la empresa hotelera, fijando objetivos e indicadores de consecución, estableciendo planes de mejora.
- **CE08** - Capacidad para diseñar, implantar, evaluar y construir los respectivos planes de mejora de acuerdo con distintos modelos de servicio y atención al cliente en el ámbito de las operaciones hoteleras

Resultados de Aprendizaje del módulo al que pertenece la asignatura:

- **RA1** Conocer, aprender y aplicar herramientas para poder desarrollar la función financiera de la empresa.
- **RA2** Realizar previsiones de flujos de caja futuro para determinar la viabilidad de proyectos
- **RA3** Aplicar técnicas de control presupuestario para detectar desviaciones presupuestarias
- **RA4** Tomar decisiones para corregir desviaciones presupuestarias de manera eficiente
- **RA5** Tomar decisiones de financiación e inversión en la empresa, análisis de las fuentes de financiación, de la estructura financiera óptima y política de dividendos, así como conocer y aplicar el coste de capital
- **RA 6** Comprender y analizar los procesos de fusiones y adquisiciones corporativas a nivel nacional e internacional
- **RA 7** Ser capaces de dar respuesta a problemáticas actuales de estrategia de negocio y corporativa en un contexto global de escenarios de alta incertidumbre
- **RA 8** Identificar las principales alternativas estratégicas para la empresa y aplicar mecanismos de selección de las mismas
- **RA 9** Diseñar desde el departamento de recursos humanos un plan de personas alineado con la estrategia de la empresa (selección, reclutamiento, desarrollo).

- **RA 10** Implementar programas de desarrollo de talento y captación de profesionales.
- **RA 11** Conocer e interpretar el marco jurídico aplicable en el sector

- **RA 12** Aplicar técnicas y herramientas en la resolución de conflictos

- **RA 13** Conocer sistemas modernos de calidad hotelera y su importancia en el planteamiento estratégico de la empresa.
- **RA 14** Implementar sistemas de garantía de calidad orientados a la obtención de certificaciones de calidad en el ámbito hotelero

- **RA 15** Entender y analizar el desarrollo de un caso de estudio completo de un hotel real, haciendo uso de lo aprendido en el resto de las asignaturas y aplicando su conocimiento.

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:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB8, CB9, CB10, CT1, CT8, CT9, CE1, CE2, CE3, CE4, CE8	RA13: Conocer sistemas modernos de calidad hotelera y su importancia en el planteamiento estratégico de la empresa.
CB8, CB9, CB10, CT1, CT8, CT9, CE1, CE2, CE3, CE4, CE8	RA14: Implementar sistemas de garantía de calidad orientados a la obtención de certificaciones de calidad en el ámbito hotelero.

4. CONTENIDOS

A continuación, se detallan los contenidos de la asignatura:

- Programas de satisfacción del cliente
- Nuevas tecnologías aplicadas a programas de calidad
- Certificaciones de calidad en el sector hotelero

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 Proyectos
- Clase magistral/ web conference

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

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

Modalidad online:

Actividad formativa	Número de horas
Seminario virtual	27
Lectura y consulta de temas y otros recursos	81
Actividades de aplicación individuales: realizar de manera individual las siguientes actividades: búsqueda de la información, elaboración de trabajos escritos e informes y realización de ejercicios de autoevaluación y evaluación entre pares.	80
Actividades de aplicación colaborativas: realizar de manera grupal las siguientes actividades: búsqueda de información, elaboración de trabajos escritos e informes y realización de ejercicios de evaluación entre pares y coevaluación grupal.	56
Caso, problema o proyecto	19
Tutorías virtuales	37
Trabajo autónomo	150

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
Pruebas de evaluación de conocimiento	30%
Observación del desempeño	10%
Caso/Problema	30%
Informes y escritos	30%

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 4,0 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 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 4,0 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
Análisis de un servicio real proporcionado por un hotel	30/05/2022
Auditoría de un servicio en clave de experiencia	30/05/2022
Análisis de la certificación de un hotel	30/05/2022
Foro debate	30/05/2022

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

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica la bibliografía recomendada:

David A. Garvin, D.A. (1988). Competir en las ocho dimensiones de la calidad. Harvard Deusto business review, Nº 34, 37-48.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1993). Calidad total en la gestión de servicios: Cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Evans, J.R. y Laskin R. L. (1994), The Relationship Marketing Process: A Conceptualization and Application, Industrial Marketing Management, Vol. 23, No. 5, pp. 439-454.

Grönroos, C. (1989) Defining Marketing: A Market-Oriented Approach, European Journal of Marketing, Vol. 23 Issue: 1, pp.52-60.

Reinares, L. P., & Calvo, F. S. (1999). Gestión de la comunicación comercial. Madrid.: MacGraw-Hill.

Carbone, L. P. (2004). Clued In. Pearson Education Inc.

Schmitt, B. H. (2013). Customer experience management: A revolutionary approach to connecting with your customers. Hoboken, N.J: Wiley.

Goleman, D. (2010). Working with emotional intelligence. Concordville, Pa.: Soundview Executive Book Summaries.

Santamaría, P. (2016). De la web estática a la web ubicua: ¿qué es y cómo hemos llegado a la Web 4.0?. Disponible en: <https://www.nobbot.com/general/que-es-la-web-4-0/>

Ekman, P. (2004). ¿Qué dice ese gesto?. Barcelona: RBA, Integral.

Goleman, D. (2010). Working with emotional intelligence. Concordville: Soundview Executive Book Summaries.

Hill, D. (2010). Emotionomics: Leveraging emotions for business success. London: Kogan Page

Green Hotel World (2018). Green tourism certification labels. Recuperado de <https://www.greenhotelworld.com/2016/06/24/green-tourism-certification-labels/>

Plüss, C.; Zotz, A.; Monshausen, A. & Kühhas, C. (2016). Sustainable in Tourism: A Guide Through the Label Jungle 2016. Recuperado de <https://destinet.eu/who-who/civil-society-ngos/ecotrans/publications/guide-through-label-jungle-1>

Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE). <<http://www.calidadturistica.es/Default.aspx>>

Sánchez-Ollero, J.L.; García-Pozo, A. & Marchante-Mera, A.J. (2014). Análisis de la incidencia de las certificaciones de calidad sobre la productividad de los hoteles en Andalucía. *Universia Business Review*, 4, 88-103

Barra, A. (n.d.). La calidad y su gestión. El Modelo EFQM de excelencia en hoteles. Recuperado de <https://www.leadhospitality.es/la-calidad-y-su-gestion-modelo-efqm-de-excelencia>

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo:

Las adaptaciones o ajustes curriculares para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, a fin de garantizar la equidad de oportunidades, serán pautadas por la Unidad de Atención a la Diversidad (UAD).

Será requisito imprescindible la emisión de un informe de adaptaciones/ajustes curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo deberán contactar a través de: unidad.diversidad@universidadeuropea.es al comienzo de cada semestre.

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.