

GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

785 - Gestión de la Calidad Percibida

Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA)

Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA)

Curso Académico 2023-2024

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA) Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA)			Tipología v Curso	Optativa. Curso 1 Optativa. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	ASIGNATURAS ORIENTACIÓN PROFESIONAL				
Código y denominación	785 - Gestión de la Calidad Percibida				
Créditos ECTS	2,5	Cuatrimestre	Cuatrimestral (2)		
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS				
Profesor responsable	JESUS ANTONIO BARROS LOPEZ				
E-mail	jesusantonio.barros@unican.es				
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E249)				
Otros profesores					

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Los estudiantes comprenderán y dominarán varios aspectos en torno a la calidad de los servicios, como son: el propio concepto, los momentos de la verdad con el cliente y las dimensiones de calidad, las brechas que pueden producirse en el diseño, prestación y comunicación del servicio, así como también los instrumentos a disposición de la organización para medir la calidad en el ámbito de los servicios.

También se incidirá en los planteamientos de marketing interno que afecten a una buena gestión del equipo y su desempeño ante el cliente.

Introducción y conceptos generales sobre el sistema EFQM

4. OBJETIVOS

- Comprender los fundamentos básicos en torno a la calidad de los servicios. - Dominar la gestión eficaz de las brechas en el proceso de diseño, prestación y comunicación de los servicios. - Saber diseñar una escala de medición de la calidad de los servicios de una organización. - Saber aplicar medidas que contribuyan a la mejora de la calidad de los servicios de una organización. - Conocimientos de marketing interno que afecten a una buena gestión del equipo y su desempeño ante el cliente.

Introducción y conceptos generales sobre la experiencia de usuario UX.

Introducción y conceptos generales sobre el sistema EFQM

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS

1	TEMA 1 Fundamentos de la calidad de los servicios 1.1 Enfoques de calidad de los servicios 1.2 Dimensiones de la calidad de los servicios 1.3 Calidad, satisfacción y fidelización en los servicios
2	TEMA 2 Brechas en la calidad de los servicios 2.1 Brecha del conocimiento 2.2 Brecha de las normas 2.3 Brecha de la prestación 2.4 Brecha de la comunicación
3	TEMA 3 Modelización y medición de la calidad de servicio 3.1 Alternativas de medición de la calidad de los servicios 3.2 Construcción e interpretación de la escala SERVQUAL 3.3 Marketing Interno en la calidad de los servicios

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Trabajo en grupo	Trabajo	Sí	Sí	40,00
Examen individual de la asignatura	Examen escrito	Sí	Sí	50,00
Participación y actitud individual	Otros	No	No	10,00
TOTAL				100,00

Observaciones

- Examen individual: evaluación de los conocimientos del estudiante mediante una prueba tipo test.

- Trabajo en equipo: valoración del contenido y de la presentación del trabajo en grupo.

- Participación individual: evaluación de la participación del estudiante en las dinámicas de clase y en el grupo.

Si se diera el caso de una nueva emergencia sanitaria o asimilable que impida la asistencia y concurrencia física, se adaptará la evaluación y docencia a estas circunstancias. Para ello se utilizarán medios de conexión a distancia y supervisión homologados por la Universidad y sólo cuando las autoridades sanitarias y educativas así lo establezcan oficialmente.

Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial

En el caso de estudiantes a tiempo parcial, el examen consistirá en una prueba única teórica y práctica del cien por cien de la asignatura.

Los estudiantes matriculados a tiempo parcial se evaluarán con un examen escrito y un trabajo práctico individual siguiendo el guión establecido para la asignatura.

Si se diera el caso de una nueva emergencia sanitaria o asimilable que impida la asistencia y concurrencia física, se adaptará la evaluación y docencia a estas circunstancias. Para ello se utilizarán medios de conexión a distancia y supervisión homologados por la Universidad y sólo cuando las autoridades sanitarias y educativas así lo establezcan oficialmente.

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS**BÁSICA**

- Hoffman, K. y Bateson, J. (2002): Fundamentos de Marketing de Servicios: Conceptos, Estrategias y Casos, 2ª Edición, Thomson.
- Kaizen. Wellington, P. (1997). Editorial Mc Graw Hill. Cómo Brindar un Servicio Integral de Atención al Cliente.
- Horovitz, J. (1997) Edit. Mc Graw Hill. Madrid. La Calidad del Servicio. A la Conquista del Cliente.

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.