

**UNIVERSIDAD DE VALLADOLID**

**Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación  
(Campus de Segovia)**

**DEPARTAMENTO DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y  
COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**



---

**Guía docente: CALIDAD DE LOS  
SERVICIOS**

**(4º de Grado en Administración y Dirección de Empresas)**

---

**Curso académico: 2016-2017**

<b>Denominación de la asignatura</b>	<b>CALIDAD DE LOS SERVICIOS</b>		
<b>Materia</b>	<b>ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS</b>		
<b>Módulo</b>	---		
<b>Titulación</b>	<b>GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS</b>		
Plan	459	Código	42974
Periodo de impartición	SEGUNDO SEMESTRE (S8)	Tipo/Carácter	OP
Nivel/Ciclo	GRADO	Curso	CUARTO
Créditos ECTS	6 CRÉDITOS ECTS		
Lengua en que se imparte	ESPAÑOL		
Profesores responsables			
Datos de contacto			
Horario de tutorías			
Departamento	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS		
Área de conocimiento	ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS		

## **1. Situación/sentido de la asignatura.**

---

### **1.1. Contextualización.**

---

La creciente competitividad del entorno-socioeconómico en que tanto empresas como individuos e instituciones deben competir hoy en día, hace necesario que todos ellos adopten una orientación a la excelencia.

Uno de los pilares de esta orientación es la capacidad de innovación y de mejora continua, ya sea en productos, procesos y mercados.

La gestión de calidad proporciona las herramientas para gestionar de forma eficiente los procesos de innovación y mejora continua e integrarlos con otros dos elementos esenciales de la excelencia: la gestión medioambiental y la prevención de riesgos laborales.

### **1.2. Relación con otras materias.**

---

Calidad de los Servicios establece interrelaciones con los contenidos de otras asignaturas de las áreas de Organización de Empresas y de Comercialización e Investigación de Mercados. En particular complementa conocimientos adquiridos en las asignaturas Dirección de Operaciones (en lo relativo a la gestión de procesos), Dirección Estratégica (generación de ventajas competitivas), Estructura y Comportamiento de la Organización (cultura organizacional, liderazgo y comunicación interna) y Dirección y Gestión de la Innovación (gestión del conocimiento, investigación y desarrollo). También complementa las asignaturas Fundamentos de Marketing y Dirección Comercial (I y II), al abordar de forma más detallada el diseño e innovación de productos y proponer herramientas adicionales para la obtención de información basadas sobre todo en datos internos.

### **1.3. Prerrequisitos.**

---

Es recomendable que el alumno haya cursado y superado las asignaturas Fundamentos de Marketing y Dirección de Operaciones.

También es conveniente que el alumno haya desarrollado las competencias relacionadas con la comunicación oral y escrita (T1) y el trabajo en equipo (T4).

## **2. Competencias.**

---

### **2.1. Competencias generales.**

---

**G1.** Poseer y comprender conocimientos básicos de la Economía de la Empresa que, partiendo de la base de la Educación Secundaria General, alcancen el nivel propio de los libros de texto avanzado e incluyan también algunos aspectos que se sitúan en la vanguardia de la Ciencia Económica y del ámbito de la empresa.

**G2.** Saber aplicar los conocimientos adquiridos a su trabajo de forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse mediante la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas de carácter económico-empresarial.

**G4.** Poder transmitir (oralmente y por escrito) información, ideas, problemas y soluciones relacionados con asuntos económicos-empresariales a públicos especializados y no especializados de forma ordenada, concisa, clara, sin ambigüedades siguiendo una secuencia lógica.

**G5.** Poseer las habilidades de aprendizaje necesarias que permitan emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

## **2.2. Competencias específicas.**

---

**E1.** Poseer un conocimiento adecuado de la empresa, su marco institucional y jurídico, así como los elementos básicos del proceso de dirección, la organización, la contabilidad, la fiscalidad, las operaciones, los recursos humanos, la comercialización y la financiación e inversión.

**E4.** Conocer los instrumentos y herramientas disponibles, así como sus ventajas e inconvenientes, para diseñar políticas y estrategias empresariales en el ámbito general de la organización o en cuanto a financiación e inversión, operaciones, capital humano y comercialización, a la vez que comprender sus efectos sobre los objetivos empresariales y el reflejo contable de sus resultados.

**E5.** Conocer los elementos clave para el asesoramiento científico y técnico en la administración y dirección de empresas y otras organizaciones de acuerdo con las necesidades sociales, los objetivos correspondientes, la legislación vigente y la responsabilidad social de las empresas.

**E6.** Poseer conocimientos sobre los diferentes métodos cuantitativos y cualitativos para el análisis, evaluación y predicción en la administración y dirección de empresas y otras organizaciones.

**E7.** Administrar una empresa u organización de pequeño tamaño, o un departamento en una empresa u organización de mayor dimensión, tanto en el ámbito del sector privado como en el marco del sector público, logrando una adecuada posición competitiva e institucional y resolviendo los problemas más habituales en su dirección y gestión.

**E8.** Recopilar e interpretar diversas fuentes de información (bibliográficas, estadísticas, etc.) mediante diferentes herramientas.

**E9.** Aplicar con rigor la técnica de análisis adecuada en la resolución de problemas en la administración y dirección de empresas y otras organizaciones.

**E11.** Redactar proyectos y planes de dirección global o referidos a áreas funcionales de las organizaciones, incluyendo, en su caso, propuestas de mejora.

## **2.3. Competencias transversales.**

---

**T1.** Capacidad para comunicarse de forma fluida, tanto oral como escrita, en español.

**T3.** Alcanzar las habilidades necesarias para una correcta utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs).

**T4.** Demostrar capacidad intelectual para el pensamiento analítico y la interpretación económico-empresarial de documentos, bases de datos e informaciones sociales, así como desarrollar un espíritu crítico ante el saber establecido.

**T5.** Adquirir la capacidad para trabajar en equipo, demostrando habilidad para coordinar personas y tareas concretas, y contribuyendo con profesionalidad al buen funcionamiento y organización del grupo sobre la base del respeto mutuo.

**T6.** Gestionar de forma eficiente el tiempo, así como planificar y organizar los recursos disponibles estableciendo prioridades y demostrando capacidad para adoptar decisiones y afrontar dificultades cuando éstas aparezcan.

**T8.** Desarrollar una actitud favorable al cambio y poseer una alta capacidad de adaptación (*flexibilidad*).

### 3. Objetivos.

Al finalizar el curso el alumno deberá haber alcanzado los siguientes objetivos de aprendizaje:

- Comprender la importancia de satisfacer al cliente para el éxito de las organizaciones y conocer los medios para conseguirlo.
- Identificar los procesos como componente básico para la gestión de las organizaciones y aplicar la mejora continua de los mismos como vía para alcanzar la excelencia.
- Reconocer e impulsar el papel de las personas en la gestión de la calidad.
- Estudiar las principales herramientas de análisis y toma de decisiones en el ámbito de la gestión de la calidad y del medioambiente.
- Practicar y estimular al alumno a trabajar en equipo y asumir responsabilidades profesionales.
- Adquirir los conocimientos necesarios para el diseño e implantación de sistemas de calidad en la empresa (ISO 9001, EFQM, etc.) y de gestión medioambiental (ISO 14001).

### 4. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura.

HORAS PRESENCIALES			HORAS NO PRESENCIALES	
Clases teóricas	Clases prácticas y tutorías grupales	Evaluación	Estudio y trabajo autónomo individual	Estudio y trabajo autónomo en grupo
35	22	3	50	40

### 5. Bloques temáticos.

#### 5.1. Contextualización y justificación.

La asignatura Calidad de los Servicios complementa a otras asignaturas del Itinerario de Comercialización. La asignatura profundiza en dos de las variables del marketing mix que ya se han tratado en la asignatura Dirección Comercial II: la distribución y la comunicación.

<b>Bloque I: Introducción a la gestión de calidad</b>	La gestión de calidad total implica un modelo de cambio organizativo y cultural frente a los modelos de gestión tradicional. Este bloque, partiendo de una revisión interdisciplinar del surgimiento de los primeros sistemas de gestión de calidad, se centra en la faceta estratégica de la gestión de calidad y en los factores socio-culturales a tener en cuenta antes de implantar un sistema de gestión de calidad.
<b>Bloque II: Herramientas para la gestión de calidad</b>	La implantación de un sistema de gestión basado en la calidad y la mejora continua requiere de conocer las herramientas que permiten sistematizar los procesos de mejora. El conocimiento de las herramientas debe completarse con las habilidades para seleccionar la más adecuada en cada contexto.

<b>Bloque III: Modelos y sistemas de aseguramiento de la calidad</b>	Los sistemas de aseguramiento de calidad basados en normas ISO son esenciales para que la organización acredite su compromiso con la excelencia. Además de un requisito imprescindible para trabajar con ciertas empresas e instituciones, la normativa ISO permite evaluar los procesos de aseguramiento de la calidad.
--	--

## 5.2. Objetivos de aprendizaje.

Al finalizar cada bloque los alumnos deberán alcanzar los siguientes objetivos:

Bloque I	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conocer qué es la gestión de calidad y su evolución histórica.</li><li>• Ser capaz de analizar el contexto organizativo y los factores que pueden condicionar la implantación de un sistema de gestión de calidad.</li><li>• Ser capaz de reflejar el mapa de procesos de una organización como paso previo a su mejora.</li><li>• Desarrollar un sistema de indicadores para evaluar la calidad de cada proceso.</li><li>• Medir el impacto económico de la calidad y de la no calidad en la organización.</li></ul>
Bloque II	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conocer las características y utilidades de las herramientas más habituales de la gestión de calidad, tanto las tradicionales como las de más reciente aparición.</li><li>• Ser capaz de seleccionar las herramientas más adecuadas en función de los objetivos y de las circunstancias de la organización.</li><li>• Ser capaz de establecer un programa de mejora para un caso concreto.</li></ul>
Bloque III	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conocer los principios de implantación de modelos de aseguramiento de calidad.</li><li>• Ser capaz de implantar un sistema de aseguramiento de calidad basado en normas ISO.</li></ul>

## 5.3. Contenidos.

### **BLOQUE I: INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE CALIDAD.**

Tema 1. Consideraciones generales sobre la gestión de calidad.

Tema 2. La calidad y la competitividad empresarial: principios de la gestión de calidad.

### **BLOQUE II: HERRAMIENTAS PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD.**

Tema 3. Herramientas de planificación de la calidad.

Tema 4. Herramientas de control de la calidad.

Tema 5. Herramientas de mejora de la calidad.

### **BLOQUE III: MODELOS Y SISTEMAS DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD.**

Tema 6. Introducción a la calidad y sus normas.

Tema 7. Normas ISO. Consultoría y auditoría.

Tema 8. Redacción e implantación de sistemas de calidad basados en normas ISO.

#### 5.4. Metodología docente.

---

Para la impartición de este bloque se combinarán los siguientes métodos docentes:

- Clases teóricas.
- Resolución de problemas y ejercicios prácticos.
- Estudio de casos.
- Presencia en el aula de profesionales y empresarios para compartir su experiencia.
- Aprendizaje basado en proyectos.

#### 5.5. Plan de trabajo.

---

Para facilitar el seguimiento de las clases teóricas se utilizarán presentaciones de diapositivas.

En las clases prácticas se resolverán problemas y ejercicios prácticos y se estudiarán y discutirán casos de empresas relacionados con cada tema. Además, se plantearán actividades complementarias como el debate sobre noticias de actualidad, visitas a sitios web de interés, la proyección de vídeos ilustrativos o las charlas con profesionales y empresarios.

A lo largo del curso los alumnos deberán realizar un trabajo práctico (proyecto) en equipos de 4 o 5 personas. Cada equipo trabajará con un caso, bien basado en una empresa real o bien en un proyecto nuevo propuesto por el equipo. Cada grupo tendrá que exponer en clase una parte de su trabajo relacionado con la decisión que se les asigne al final del tema correspondiente. Para orientar a los alumnos en el desarrollo de este trabajo práctico grupal se organizarán varias tutorías grupales. En la información sobre el sistema de evaluación (apartado 7) se explica cuál es su repercusión en la calificación de la asignatura.

#### 5.6. Evaluación.

---

Aunque el carácter teórico-práctico de la asignatura hace difícil separar la evaluación de cada aspecto, la nota final (sobre un total de 10 puntos) atiende en la medida de lo posible a la carga en créditos de cada parte (teoría y práctica) según el siguiente esquema:

- La evaluación de la teoría se realizará mediante un examen escrito compuesto por una batería de 30 preguntas tipo test. Este examen supone 5 puntos sobre la nota final. (\*)
- La evaluación de la práctica se realizará a partir de la elaboración y defensa pública de un trabajo en grupo que incluya el análisis de un caso (real o nuevo proyecto) y la propuesta justificada de unas estrategias de distribución y comunicación. Además de la capacidad para aplicar la teoría a la resolución de casos prácticos, la elaboración y presentación de este trabajo permite evaluar competencias transversales como la capacidad para el trabajo en equipo o las habilidades de comunicación (oral y escrita) que no pueden ser evaluadas con el test. Este trabajo supone 3 puntos sobre la nota final.
- Evaluación de las prácticas realizadas en clase. Supone 2 puntos en la nota final e incluye las prácticas (individuales o de grupo) y la participación en las actividades llevadas a cabo en las sesiones prácticas.

(\*) La asignatura tiene un carácter presencial. Los alumnos que, **por causa justificada y debidamente acreditada**, no puedan realizar la evaluación continua presencial, serán evaluados únicamente mediante el examen final, que puntuará un 100% de la nota de la asignatura. Evidentemente, en ningún caso se evaluará la actitud hacia el aprendizaje de estos alumnos.

### 5.7. Bibliografía básica.

- Casadesús, M.; Heras, I.; Merino, J. (2005): *Calidad práctica. Una guía para no perderse en el mundo de la calidad*. 1ª Ed. Pearson Educación, Madrid.
- Heizer, J.; Render, B. (2007): *Dirección de la producción y de operaciones. Decisiones estratégicas*. 8ª Ed. Pearson Educación, Madrid.

### 5.8. Bibliografía complementaria.

- Deulofeu, J. (2012): *Gestión de calidad total en el retail*. 1ª Ed., Ed. Pirámide, Madrid.
- Junta de Castilla y León (2000): *Calidad en la Administración Autonómica 1. 5 experiencias en Castilla y León*. Ed. Junta de Castilla y León, Valladolid.

### 5.9. Recursos necesarios.

Las instalaciones y medios materiales son los disponibles en la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación (Segovia). El material didáctico de la asignatura se pondrá a disposición del alumnado a través del servicio de reprografía de la Facultad y/o del Campus Virtual de la UVa (<http://campusvirtual.uva.es/>).

## 6. Planificación temporal.

Bloque	Temas	Desarrollo previsto	Temas	Bloque
Bloque 1	Tema 1	Semana 1	Tema 6	Bloque III
	Tema 1	Semana 2	Tema 6	
	Tema 2	Semana 3	Tema 6	
	Tema 2	Semana 4	Tema 6	
	Tema 2	Semana 5	Tema 6	
	Tema 2	Semana 6	Tema 7	
Bloque 2	Tema 3	Semana 7	Tema 7	
	Tema 3	Semana 8	Tema 7	
	Tema 4	Semana 9	Tema 7	
	Tema 4	Semana 10	Tema 8	
	Tema 5	Semana 11	Tema 8	
	Tema 5	Semana 12	Tema 8	
Tutorías grupales		Semana 13	Tutorías grupales	
Presentación de trabajos		Semana 14 y 15	Presentación de trabajos	



## 7. Tabla resumen de los instrumentos, procedimientos y sistemas de evaluación/calificación.

---

<b>Instrumento / Procedimiento</b>	<b>Peso en la nota final</b>	<b>Observaciones</b>
Examen escrito	50%	Individual. Tipo test. Es obligatorio para todos los alumnos.
Trabajo en grupo	30%	Grupal. Incluye la preparación y defensa del trabajo. Es obligatorio para todos los alumnos.
Evaluación continua	20%	Individual. Incluye la entrega y participación en las actividades prácticas a lo largo del curso.