

Curso Académico: ( 2019 / 2020 )

Fecha de revisión: 27-03-2019

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: ALVAREZ GIL, MARIA JOSEFA

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 1

**COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE.****COMPETENCIAS:**

- \* Demostrar el conocimiento en materia turística.
- \* Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- \* 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.
- \* 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.

**RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:**

Dotar a los alumnos de los conocimientos para establecer un proceso riguroso y profesional de creación y gestión de marcas, para posteriormente, aplicar estos conceptos a la creación de una marca de destino y/o recurso en el ámbito turístico.

**DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA**

1. Introducción a la calidad: Conceptos básicos, dimensiones, evolución y filosofía de la calidad total.
2. Herramientas de gestión de la calidad.
3. Modelos de gestión de la calidad
4. Modelos de medición de la calidad.

**ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS****a) Clases teóricas:**

Clases magistrales con soporte de medios informáticos y audiovisuales, en las que se desarrollan los conceptos principales de la materia y se proporciona la bibliografía para complementar el aprendizaje de los alumnos.

**b) Clases prácticas:**

Resolución de casos prácticos, problemas, etc. planteados por el profesor.

Exposición y discusión en clase, bajo la moderación del profesor de temas relacionados con el contenido de la materia, así como de casos prácticos extraídos de la realidad empresarial que serán distribuidos con antelación a los alumnos para su preparación en equipo y su resolución por escrito.

**c) Trabajo final:**

Exposición y elaboración de un trabajo donde se analicen los aspectos claves de la calidad de un destino o de una marca turística.

**SISTEMA DE EVALUACIÓN**

Participación en clase (10%)

Prácticas grupales (50%)

Examen final escrito (40%)

Se requerirá una nota mínima de 4 puntos en el examen final.

**Peso porcentual del Examen Final:** 40

**Peso porcentual del resto de la evaluación:** 60

**BIBLIOGRAFÍA BÁSICA**

- Alonso Almeida, M.; Barcos, L.; Martiζn Castilla, J.I. Gestioζn de la calidad de los procesos turizsticos, Gestiζn Turistica, 2006
- OMT Manual prζctico de gestiζn integral de la calidad de los destinos turzsticos, Organizaciζn Mundial del Turismo, 2015