

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Marketing		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Derecho, Empresa y Gobierno		
Asignatura:	Gestión de la Calidad Total como Ventaja Competitiva en Marketing		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	3	Código:	7636
			,
Periodo docente:	Sexto semestre		
Materia:	Marketing Estratégico		
Módulo:	Marketing y Comercial		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de	150		
dedicación del alumno:			
Equipo Docente		Correo Electrónico	
Christina Aguado Pacios		christina.aguado@ufv.es	

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Con la asignatura Gestión de la calidad total como ventaja competitiva en el marketing, se pretende que el alumno, a partir de los pilares conceptuales de la calidad y de los diferentes modelos y normas que se aplican para su gestión, conozca y comprenda la importancia y la necesidad de basar una parte de la generación de ventaja competitiva de las empresas hoy día en la calidad total. Igualmente, la vertiente subjetiva de la calidad, la que percibe el cliente, debe ser identificada y puesta en valor para maximizar la ventaja competitiva generada en la función de marketing. La calidad no es la única fuente de ventaja competitiva, pero en un entorno de negocio

cada vez más global su aportación es cada día de más envergadura, ya sea en la gestión de la empresa - calidad total- ya sea en la gestión específica del departamento de marketing - calidad diferencial- en marketing.

Durante el desarrollo de la asignatura nos adentraremos en la relación de las Normas ISO y los ODS (objetivos de desarrollo de sostenibilidad) así como en las Políticas de marketing y la gestión de la calidad en las planificaciones de Comunicación y Marketing y la reputación de la marca en metodos E.S.G

OBJETIVO

El objetivo fundamental de la asignatura es que el alumno comprenda la importancia que tiene la calidad como generadora de ventaja competitiva en la empresa, y más en concreto, dentro de la función de marketing. A partir de aquí el alumno debe ser capaz de utilizar la calidad cómo elemento de generación de excelencia para la empresa y maximizador de la generación de riqueza de la propia empresa. Lo anterior exige que el alumno se familiarice con la idea de que la calidad es una componente trasversal en la gestión de la empresa, con independencia de que se dedique a generar riqueza produciendo producto físico o servicios; en la medida en la que esta componente sea utilizada de forma holística en la empresa, la competitividad podrá basarse de forma sostenible en ella.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

La asignatura se desarrolla sobre la base de los conocimientos previos adquiridos en estudios anteriores y en los años previos del grado que se cursa. Será necesario revisar las técnicas estadísticas vistas en asignaturas previas asi como organizacion de empresa.

CONTENIDOS

Tema 1. La calidad como estrategia empresarial.	1.1. ¿Qué es calidad? 1.2 Del control de la calidad a la excelencia empresarial 1.3 La normalización 1.4 Los sistemas de gestion en la calidad 1.5 El modelo EFQM	Taxonomia de Bloom en las actividades. Nivel 3: Aplicar. Aplicar el conocimiento para la resolución de problemas en una nueva situación. Tarea 1
Tema 2. La calidad como clave del marketing.	2.1. El papel del marketing en la gestion de la calidad 2.2 La importancia del personal de 1º linea 2.3 Diseño de producto y calidad en Europa 2.4 Dimensiones de la calidad 2.5 la eficacia tecnica y la calidad funcional 2.6 Reclamaciones, garantías y servicio al cliente 2.6.1. Reclamaciones 2.6.2 Garantias 2.6.3 Servicio al cliente Norma ISO 10002 - Satisfacción del cliente y Gestión de Reclamaciones	Taxonomia de Bloom en las actividades. Nivel 4: Analizar. Examinar en detalle descomponiendo la información en partes identificando causas. Tarea 2 Tarea 3
Tema 3. Herramientas de la gestión de la calidad.	3.1. Diagrama de causa – efecto 3.2. Diagrama de flujo 3.3. Hoja de chequeo 3.4. Histograma 3.5. Diagrama de Pareto. 3.6. Gráfico de control	Taxonomia de Bloom en las actividades. Nivel 3: Aplicar. Aplicar el conocimiento para resolver problemas. Tarea 3 Taxonomia de Bloom en las

	3.7. Diagrama de dispersión.	actividades. Nivel 4: Analizar. Examinar en detalle descomponiendo la información en partes identificando causas. Tarea 3b
Tema 4. Normas ISO	4.1 Norma ISO 9000 Producto y servicio 4.2 Norma ISO 20252:2019. Investigación de mercados 4.3 Norma ISO 20121:2012. Eventos 4.4 Normas ISO 10668:2010 y 20671:2019. Valoración de marca 4.5 Norma ISO 10008:2013. Comercio electrónico 4.6 Normas ISO 14000 4.7 Norma ISO 26000 4.7 Relacion normas ISO y los ODS	Taxonomia de Bloom en las actividades. Trabajo asignatura con entregas intermedias trabajando bajo la resolucion de un problema metodo E.S.G
Tema 5. Ética, Reputación y Responsabilidad Social Corporativa.	5.1. Ética y valores empresariales 5.2. Reputación corporativa 5.2.1 Merco 5.3. Responsabilidad Social Corporativa (RSC) 5.3.1. La memoria o informe de sostenibilidad 5.3.2. Global Reporting Initiative (GRI) 5.3.3 E.S.G 5.3.4. Otros conceptos relevantes 5.4 Gestionando la comunicación de la calidad con las partes interesadas o stakeholders 5.5 Metodologia E.S.G y analisis de materialidad y relevancia	Taxonomia de Bloom en las actividades. Trabalo asignatura entrega y presentación con infografia

ACTIVIDADES FORMATIVAS

AF1 - Clases expositivas participativas 30hrs

AF2 - Resolución de problemas o casos prácticos 30 hrs.

AFE1 - Seguimiento académico y actividades de evaluación 10hrs

AFA1 - Aula virtual: trabajo virtual en red, revisión y visionado de material, chats y foros 10hrs.

AFA2 - Trabajo personal individual y estudio autónomo 70hrs.

Durante las clases presenciales y/o a través del campus virtual se dará a conocer al alumno el contenido de la asignatura de acuerdo con el programa académico. El cual quedará a disposición del alumnado en la asignatura en el campus virtual de la UFV junto con la Rubrica de la asignatura. El profesor expondrá los temas apoyándose en medios audiovisuales en el aula física y virtual, donde el alumno podrá generar sus notas o apuntes. Además el profesor planteará la realización de actividades formativas complementarias bien durante la propia clase, bien fuera de ella, bien en base personal, bien en base grupal o bien a través de contenidos en plataformas virtuales a fin de favorecer el proceso de aprendizaje del alumno gracias a su trabajo personal y/o grupal. Estas actividades podrán tener diferentes formatos en función de la conveniencia, como por ejemplo, responder a alguna pregunta específica accediendo a información en tiempo real (conexión a internet en las aulas) o realizar una pequeña investigación de fuentes, o resolución de problemas. La realización de un trabajo específico de la materia con varias fases de elaboración, tutorización personal y entrega completa la metodología de enseñanza aprendizaje de esta asignatura. Dentro de algunos temas se usa el modelo de exposición activa y participativa de los alumnos si el desarrollo de la materia lo permite, se explican las principales ideas y conceptos del comportamiento del consumidor relacionadas con el tema bajo análisis y el alumno, tras su trabajo personal, expone sus ideas y aplicaciones en clase. Los demás alumnos intervienen en la clase mediante preguntas y la aportación de sus ideas y/o conclusiones. El debate en clase es un elemento sistemático en el desarrollo de esta asignatura. Esta asignatura se imparte en malla curricular en diferentes grados, ADE+MKT, Publicidad + MKT y Marketing. En este último, en el Grado de Marketing, los alumnos cursarán el Programa "Protagoniza tu futuro" (PTF). Este programa busca acompañar a los alumnos en esta etapa más próxima al inicio de su carrera profesional,

generando espacios de reflexión que actualicen la pregunta por la vocación personal, aportándoles una visión general de la realidad del mercado, promoviendo el desarrollo de competencias transversales fundamentales y acompañando en la toma de decisiones sobre su futura carrera profesional. En PTF los alumnos realizarán talleres prácticos y guiados en el horario habitual de las clases. También tendrán mentorías individuales fuera del horario de clases.

Los talleres y las mentorías son de asistencia obligatoria. También tienen carácter obligatorio todas las actividades y tareas derivadas de éstas pues contribuyen a la consecución de los resultados de aprendizaje de la asignatura. Resultados de aprendizaje:

Identificar qué sabe y qué sabe hacer, cuáles son sus logros y aprendizajes y qué busca alcanzar profesional y personalmente.

Comunicar lo anterior adecuándolo a diferentes formatos (entrevista personal, CV, redes sociales, etc.) Priorizar decisiones en consonancia con su proyecto de vida.

Distribución de los tiempos de trabajo: ? Talleres PTF: 6hs en total (3 talleres de dos horas de duración, en horario habitual de clase) ? Aprendizaje individual tutorizado PTF (mentorías)= 2hs (dos mentorías de una hora de duración cada una) ? Trabajo autónomo (ejercicios y tareas de talleres y mentorías) = 2hs.

Estructura y contenido: 3 talleres en horario de clase + 2 mentorías individuales fuera del horario de clase (de una hora de duración cada una). Peso en la calificación: 1,5 puntos sobre la calificación final de la asignatura, distribuido de la siguiente manera: ? Taller 1: 0,22 ? Entregable 1: 0,15 ? Mentoría 1: 0,20 ? Taller 2: 0,22 ? Entregable 2: 0,15 ? Taller 3: 0,22 ? Entregable 3: 0,15 ? Mentoría 2: 0,20

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Capacidad de pensamiento analítico y sintético aplicado a la toma de decisiones empresariales.

Tener la sensibilidad hacia temas sociales y medioambientales.

Capacidad para el cumplimiento de objetivos y resolución de problemas, sabiendo adaptarse y tomar decisiones en todo tipo de situaciones de gestión empresarial.

Habilidad para analizar, buscar y contrastar todo tipo de información, pero, principalmente de empresas y mercaso, proveniente de fuentes diversas.

Tener un compromiso ético en el trabajo.

Competencias específicas

Ser capaz de liderar equipos, de acuerdo con los principios básicos de la ética, la responsabilidad social y la justicia, generando sinergias entre la motivación de los empleados, el servicio a la sociedad y el aumento de las ventas.

Entender la calidad como un arma competitiva impulsora del éxito comercial a largo plazo.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

CONOCIMIENTOS ADAPTACION RD822/2021 CON3 Entender la calidad como un arma competitiva impulsora del éxito comercial a largo plazo.

HABILIDADES Y DESTREZAS ADAPTACION RD822/2021 HAB4 Liderar equipos, de acuerdo con los principios básicos de la ética, la responsabilidad social y la justicia, generando sinergias entre la motivación de los empleados, el servicio a la sociedad y el aumento de las ventas.

HABILIDADES Y DESTREZAS ADAPTACION RD822/2021 HAB5 Elaborar de forma compartida un proyecto y/o servicio social concreto.

COMPETENCIAS ADAPTACION RD822/2021 COMP6 Ser capaz de enfocar los productos y servicios desarrollados por la empresa como una forma de mejora de la sociedad.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

CONVOCATORIA ORDINARIA (según el calendario académico de la Universidad Francisco de Vitoria) La evaluación en convocatoria ordinaria se realizará según los siguientes sistemas: SISTEMA EVALUACIÓN CONTINUA. Alumnos que asisten a clase (80% o más) con evaluación continua (exámenes 50%, evaluación continua 50%).

- SE2: Pruebas objetivas liberatorias: 50%.(solo se hace media si se obtiene un 5)
- SE1: Asistencia y participación activa en clase: 10%. Se realizarán en el horario de clase tres foros donde cada alumno participará, pudiéndolo presentar en clase. Sólo se puntuará si el alumno cumple con el requisito del 80% de asistencia.
- SE1 Trabajos individuales: 15%. Entrega y/o presentación de las actividades indicadas por el profesor.

- SE1 Realización y exposición de trabajo en equipo: 25%. (solo se hace media si se obtiene un 5) A lo largo del curso se realizarán un trabajo que deberá ser defendido públicamente en clase. Las entregas de evaluación continua se realizarán conforme a las condiciones de tiempo y forma que establezca el profesor. En cualquier caso acabarán con el final de las clases de la asignatura según conste en el calendario académico de la Universidad Francisco de Vitoria.

SISTEMA ALTERNATIVO. Alumnos con dispensa académica (exámenes 60%, evaluación continua 40%).

- SE2 Pruebas objetivas liberatorias: 60%.(solo se hace media si se obtiene un 5)
- SE1 Trabajos individuales: 15%. Entrega y/o presentación de las actividades indicadas por el profesor.
- SE1 Realización y exposición de trabajo: 25%. (solo se hace media si se obtiene un 5)

A lo largo del curso se realizará un trabajo que deberá ser defendido públicamente en clase. Todos los alumnos en esta situación deberán informar / justificar su dispensa al profesor en los primeros días de clase, la segunda semana de clase como plazo límite. (Deben solicitarlo oficialmente en la Coordinación que le contestará oficialmente informándole de su situación). Las entregas de evaluación SE1 se realizarán conforme a las condiciones de tiempo y forma que establezca el profesor EN EL AULA VIRTUAL. En cualquier caso acabarán con el final de las clases de la asignatura según conste en el calendario académico de la Universidad Francisco de Vitoria.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA (según el calendario académico de la Universidad Francisco de Vitoria) Se aplicarán los mismos criterios que en la convocatoria ordinaria, con las siguientes matizaciones:

- En ningún caso se guardará la nota de examen obtenida en la convocatoria ordinaria, por lo que todos los alumnos que vayan a la convocatoria extraordinaria deberán realizar examen.
- -Los trabajos individuales y los trabajos grupales no serán recuperables.
- Siempre se guardará la nota de las entregas que tengan una nota superior a 5 en los trabajos individuales y trabajos en equipo realizados en la convocatoria ordinaria.

Todas las pruebas susceptibles de evaluación estarán supeditadas a lo establecido en la Normativa de Evaluación del Grado. Se recuerda la normativa de la Universidad Francisco de Vitoria por la cual los exámenes finales nunca podrán ser el único criterio de evaluación. Todos los alumnos del grado estarán sometidos a la normativa de convivencia de la Universidad, con especial atención a las infracciones por plagio y/o copia en examen que serán consideradas como grave de acuerdo al artículo 7 de dicha normativa.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

González Suárez y Manuel Paredes-Cuenca (directores). Neuromarketing :estrategias y herramientas en la gestión de un producto o servicio de calidad / Loja, Ecuador :Instituto Universitario American College,2023.

Paloma López Lemos. Herramientas para la mejora de la calidad :métodos para la mejora continua y la solución de problemas / Madrid :FC Editorial,2016.

Pedro Municio. Herramientas para la evaluación de la calidad / Barcelona :CissPraxis,2000.

Lluís Cuatrecasas. Gestión Integral de la calidad / Barcelona: Gestión 2000.

Complementaria

WEBLOGRAFIA COMPLEMENTARIA GESTION DE LA CALIDAD 2023

AENOR. https://www.aenor.com/

ISOTOOLS. ESG https://www.isotools.us/

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CALIDAD. https://www.aec.es

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DE LA NORMALIZACIÓN. https://www.iso.org/

MONITOR EMPRESARIAL DE REPUTACIÓN CORPORATIVA. https://www.merco.info/es

FORÉTICA. ORGANIZACIÓN REFERENTE EN SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

EN ESPAÑA. https://foretica.org/

