

29023 - Calidad y marketing de los servicios públicos

Información del Plan Docente

Año académico: 2023/24

Asignatura: 29023 - Calidad y marketing de los servicios públicos

Centro académico: 228 - Facultad de Empresa y Gestión Pública

Titulación: 429 - Graduado en Gestión y Administración Pública

Créditos: 6.0

Curso: 4

Periodo de impartición: Primer semestre

Clase de asignatura: Optativa

Materia:

1. Información básica de la asignatura

Esta asignatura desarrolla la lógica del pensamiento de la calidad, sus implicaciones organizativas, y su aplicabilidad en el ámbito de las administraciones públicas. Al mismo tiempo, se ofrece una visión general de la aplicación del marketing y de su utilidad en las administraciones públicas; así como conocer su aplicación práctica de la mano de las encuestas de satisfacción y del uso de la publicidad institucional.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas y determinadas metas concretas, de tal manera que la adquisición de los resultados de aprendizaje de la asignatura contribuirá en cierta medida al logro de las metas 16.6 y 16.7 del Objetivo 16, y de la meta 4.7 del Objetivo 4.

2. Resultados de aprendizaje

El alumnado, para superar esta asignatura deberá demostrar que comprende los sistemas de calidad utilizados en la Administración, entiende la importancia que tiene la calidad en las relaciones que se establecen dentro de la organización y entre Administración y ciudadanos y aplica estos conocimientos a una situación real. Así deberá:

1. Identificar, analizar y resolver los problemas planteados tomando decisiones y jugando un papel determinado en el seno del equipo.
2. Resolver en equipo el diseño y el tratamiento de una encuesta de un servicio público que permite medir el nivel de satisfacción del usuario.
3. Resolver los problemas/ejercicios en los que se analice tanto problemas de procesos, como de costes o de herramientas de ayuda al diagnóstico del nivel de calidad interna alcanzado. En las sesiones prácticas se deberán realizar: trabajos en grupos referidos a temas concretos, problemas, casos prácticos, comentarios y discusión de lecturas y noticias. Todo ello se comunicará con la suficiente antelación.

3. Programa de la asignatura

Tema 1. Modernización de la Administración. La Administración: hacia dónde debe tender. La calidad. La Carta de Servicios.

Tema 2. Gestión de la calidad total. Qué es y qué implica el TQM. Vuelta al origen: el ciclo administrativo.

Tema 3. Planificando la calidad. Gurús y filosofía de la calidad. ¿Es aplicable? Buscando la mejora continua.

Tema 4. Utilidad para la función pública. Ajuste de modelos de excelencia. Consideraciones éticas.

Tema 5. La gestión pública y el marketing. Introducción. Enfoque de marketing en los servicios públicos.

Tema 6. Variables de marketing en el sector público. Peculiaridades. Producto. Precio. Distribución y comunicación.

Tema 7. Estudios de mercado en el sector público. Fases. Fuentes de información secundarias. Fuentes de información primarias: observación y comunicación. Satisfacción del consumidor.

Tema 8. Publicidad institucional y comunicación. Imagen pública. Herramientas de comunicación: publicidad institucional.

4. Actividades académicas

4.1. ACTIVIDADES ACADÉMICAS PRESENCIALES

Clase magistral: 30 horas (sesiones teórico-prácticas en las que se explicarán los contenidos de la asignatura).

Ejercicios prácticos: 30 horas (resolución de problemas y casos, realización de trabajos, tutorías presenciales y visitas de campo).

Estudio personal y preparación de tareas prácticas: 85 horas.

Pruebas de evaluación: 5 horas.

4.2. ACTIVIDADES ACADÉMICAS VIRTUALES

Actividades síncronas y asíncronas: 15 horas (sesiones teórico-prácticas [videoconferencias y/o píldoras aprendizaje] en las

que se explicarán los contenidos de la asignatura).

Actividades formativas a distancia: 15 horas (trabajo virtual en red o actividades en la plataforma Moodle o tutorías en línea).

Estudio personal y preparación de tareas prácticas: 115 horas.

Pruebas de evaluación: 5 horas.

5. Sistema de evaluación

5.1. MODALIDAD VIRTUAL

En primera convocatoria hay dos alternativas, que se detallan a continuación.

En segunda convocatoria y para ambas modalidades solo se contempla la evaluación global.

5.1.1. Sistema de evaluación continua, basado en el seguimiento de la participación activa de los estudiantes entregando una serie de actividades prácticas, junto a la superación de una prueba individual objetiva. Las actividades prácticas (el 30% de la calificación final) consistirán en una práctica por cada tema de la asignatura, y todas serán individuales, salvo que se indique lo contrario. Se entregarán a lo largo del cuatrimestre y podrán consistir en comentarios de lecturas, noticias, ejercicios y realización de casos. Estas actividades junto a la prueba individual objetiva (70% de la calificación final) se realizarán en línea a través del anillo digital docente (ADD) con las herramientas de videoconferencia, tareas y cuestionarios de Moodle.

5.1.2. Evaluación global, basada en una única prueba consistente en un examen presencial escrito de 10 puntos. Constará de dos partes: un 70% de la calificación versará sobre todos los conceptos, tanto teóricos como prácticos tratados en la asignatura. Una segunda parte, sobre un 30%, de cuestiones formuladas en torno a uno o varios supuestos prácticos.

5.2. MODALIDAD PRESENCIAL

El sistema de evaluación para la modalidad presencial tiene las mismas dos alternativas que la modalidad virtual. La única diferencia entre la modalidad presencial y la virtual está en la evaluación continua, y es que en la primera tanto el debate y resolución de las prácticas como la prueba individual objetiva, se realizan en el aula física con presencia de los estudiantes, mientras que en la segunda estas actividades se realizarán en línea con las herramientas del ADD.