PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
"Investigación de Mercados Turísticos"

DIPLOMADO EN TURISMO (Plan 99)

Departamento de Admón de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados(Marketing)

Escuela Universitaria de Estudios Empresariales

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Titulación:	DIPLOMADO EN TURISMO (Plan 99)
Año del plan de estudio:	1999
Centro:	Escuela Universitaria de Estudios Empresariales
Asignatura:	Investigación de Mercados Turísticos
Código:	1010023
Tipo:	Optativa
Curso:	2
Período de impartición:	Segundo Cuatrimestre
Ciclo:	1
Área:	COMERCIALIZACION E INVESTIG.DE MERCADOS
Departamento:	Admón de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados(Marketing)
Dirección postal:	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Dirección electrónica:	http://admark.us.es

OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

Objetivos docentes específicos

Se identifican los siguientes objetivos fundamentales:
1. Comprender la importancia de la información comercial para la toma de decisiones en el ámbito de la gestión de empresas y destinos turísticos.
2. Identificar los principales estudios y fuentes de información e investigación en el ámbito turístico.
3. Conocer y elegir adecuadamente entre diferentes métodos de captación de información para un estudio de mercado turístico.
4. Ser capaz de realizar una investigación comercial para ayudar a la toma de decisiones empresariales.

Competencias:

Competencias transversales/genéricas

Capacidad de análisis y síntesis (Se entrena de forma moderada)
Habilidades para recuperar y analizar información desde diferentes fuentes (Se entrena de forma intensa)
Trabajo en equipo (Se entrena de forma moderada)
Resolución de problemas (Se entrena de forma moderada)
Capacidad de crítica y autocrítica (Se entrena débilmente)
Compromiso ético (Se entrena débilmente)
Capacidad para aplicar la teoría a la práctica (Se entrena de forma moderada)

Diligencia para hacer constar que el presente programa es el depositado por el Dpto. en este Centro.
El Secretario del Centro: José Ángel Pérez López

Código Seguro De Verificación	tMRZsuBnz87EzN6XRjtHQg==	Fecha	19/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/tMRZsuBnz87EzN6XRjtHQg==	Página	1/3

Habilidades de investigación (Se entrena de forma intensa)
Capacidad de aprender (Se entrena de forma moderada)
Capacidad de generar nuevas ideas (Se entrena de forma moderada)
Capacidad de organizar y planificar (Se entrena débilmente)

Competencias específicas

COMPETENCIA 1: CONVERTIR UN PROBLEMA EMPÍRICO EN UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN Y ELABORAR CONCLUSIONES.
• Concretamente: conocer la importancia de la investigación en el turismo; conocer los métodos cuantitativos y cualitativos aplicados al turismo
• Concretamente: conocer las fuentes de información para la investigación turística; acceder a las distintas fuentes de información.
• Concretamente: diseñar y estructurar una investigación
• Concretamente: analizar, interpretar e inferir datos y resultados: elaboración y presentación del informe, aplicación de la investigación a los fines propuestos
• Concretamente: analizar datos de la actividad turística e interpretarlos a nivel de región, sector y segmento
• Concretamente: utilizar modelos teóricos; utilizar herramientas propias de los métodos cuantitativos y cualitativos

COMPETENCIA 2: ANALIZAR Y UTILIZAR LAS TECNOLOGIAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES (TIC) EN LOS DISTINTOS AMBITOS DEL SECTOR TURISTICO
• Concretamente: conocer las tecnologías aplicadas a la promoción y comercialización turística (bases de datos, etc.); utilizar Internet y sus diferentes servicios.
• Concretamente: manejar herramientas informáticas de análisis estadístico;

COMPETENCIA 3: EVALUAR LOS POTENCIALES TURISTICOS Y EL ANALISIS PROSPECTIVO DE SU EXPLOTACION.
• Concretamente: elaborar estudios de mercado para conocer las relaciones entre la demanda y el recurso turístico a explotar; diseñar y elaborar proyectos

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

TEMA 1.- La Investigación Comercial en el sector turístico.
TEMA 2.- Sistemas de información de Marketing en organizaciones turísticas.
TEMA 3.- Los estudios de mercado turísticos.
TEMA 4.- El cuestionario en los estudios de mercado turísticos.
TEMA 5.- Escalas de medición en el sector turístico.
TEMA 6.- Métodos de análisis de datos: aplicación a los estudios de mercados turísticos.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Relación de actividades de segundo cuatrimestre

Clases teóricas

Horas presenciales: 15.0

Horas no presenciales: 0.0

Metodología de enseñanza-aprendizaje:

Están encaminadas a que el alumno adquiera los conocimientos y destrezas necesarios para alcanzar los objetivos de la materia. Para la adquisición de los contenidos disciplinares teóricos y prácticos se aplicará una metodología encaminada a que los alumnos participen al máximo y se vayan haciendo responsables de su aprendizaje.
Competencias que desarrolla:

Competencias 1, 2 y 3

Prácticas informáticas

Horas presenciales: 16.5

Horas no presenciales: 0.0

Metodología de enseñanza-aprendizaje:

Todos los temas teóricos se abordarán desde la perspectiva del diseño en la práctica de una investigación comercial. Se propondrán actividades de aplicación práctica de los conceptos estudiados, tales como casos y preguntas de discusión. Asimismo, se utilizará la enseñanza asistida por ordenador para los contenidos del programa que así lo requieran
Competencias que desarrolla:

Competencias 1, 2 y 3

Código Seguro De Verificación	tMRZsuBnz87EzN6XRjtHQg==	Fecha	19/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/tMRZsuBnz87EzN6XRjtHQg==	Página	2/3

Actividades académicas dirigidas sin presencia del profesor

Horas presenciales: 0.0

Horas no presenciales: 13.5

Metodología de enseñanza-aprendizaje:

Los alumnos realizarán trabajos en grupo sobre la materia de estudio. La realización de trabajos requerirá la tutorización de los grupos de alumnos para supervisar el desempeño de su tarea.

Competencias que desarrolla:

Competencias 1, 2 y 3

SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Pruebas escritas y entrega de trabajos

La calificación final se obtendrá de acuerdo con la siguiente ponderación:
- Pruebas escritas: 60% de la calificación final.
- Entrega de trabajo: 40% de la calificación final.

No obstante lo anterior, el profesor se reserva la facultad de corregir al alza las calificaciones de aquellos alumnos que tomen parte activa en las actividades propuestas, participen en clase, asistan a las tutorías y, en general, se muestren comprometidos con el aprendizaje de la materia.

Las técnicas y procedimientos de evaluación, así como los criterios de calificación se atendrán a lo siguiente:

Las pruebas escritas consistirán en una serie de cuestiones de carácter teórico-práctico a las que el alumno dará respuesta en función de la materia impartida durante el curso.

La realización de trabajo se hará en función de una serie de normas publicadas durante el curso, en las que se incluirán también los criterios de valoración.

Código Seguro De Verificación	tMRZsuBnz87EzN6XRjtHQg==	Fecha	19/03/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/tMRZsuBnz87EzN6XRjtHQg==	Página	3/3