



PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
Marketing Turístico

Datos básicos de la asignatura	
Titulación:	Grado en Turismo
Año plan de estudio:	2009
Curso implantación:	2019-20
Centro responsable:	Facultad de Turismo y Finanzas
Nombre asignatura:	Marketing Turístico
Código asignatura:	1790007
Tipología:	OBLIGATORIA
Curso:	1
Periodo impartición:	Cuatrimestral
Créditos ECTS:	6
Horas totales:	150
Área/s:	Comercialización e Investigación de Mercados
Departamento/s:	Administración de Empresas y Marketing

Objetivos y competencias
<p>OBJETIVOS:</p> <ul style="list-style-type: none">- Transmitir conocimientos y experiencias sobre marketing turístico en aspectos relacionados con su concepto, terminología y elementos clave.- Analizar los procesos de planificación y ejecución de estrategias y políticas de marketing turístico, tanto en el sector público como privado.- Potenciar el desarrollo de capacidades y habilidades para el correcto diagnóstico de problemas básicos en el área de marketing turístico.- Presentar la aplicación de criterios de decisión relacionados con la ética, responsabilidad social, sostenibilidad, transparencia y generación de valor como elementos básicos en la creación de relaciones sólidas entre todos los agentes, internos y externos, implicados en la actividad turística.- Mostrar la necesidad de ofrecer al turista experiencias individualizadas y diferenciales en entornos cada vez más conectados, tecnológicos y globales.

Código Seguro De Verificación	0ZJEYIocR5+OFv3i4lnRng==	Fecha	02/06/2020
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	1/5
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/0ZJEYIocR5+OFv3i4lnRng==		





PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
Marketing Turístico

- Comunicar la trascendencia que tienen la generación de confianza y el compromiso con el turista en la obtención de su satisfacción y fidelidad.
- Fomentar el razonamiento y juicio sobre la viabilidad de soluciones comerciales en el ámbito de la actividad turística.

COMPETENCIAS:

Competencias genéricas:

- Capacidad de análisis y síntesis
- Trabajo en equipo
- Comunicación escrita y oral
- Resolución de problemas
- Aprendizaje y aplicación de la teoría a la práctica
- Mejora toma de decisiones
- Organización y planificación de tareas

Competencias específicas:

- Grado Elevado (tipo 1): Aprendizaje de los principios y elementos conceptuales básicos del Marketing, así como de los objetivos, estrategias y políticas comerciales más comunes aplicables al ámbito turístico.
- Grado medio (tipo 2): Convertir una situación empresarial real en objeto de estudio y análisis, con la identificación y manejo de variables necesarias para la toma de decisiones en problemas organizacionales del sector turístico.

Código Seguro De Verificación	0ZJEYIocR5+OFv3i4lnRng==	Fecha	02/06/2020
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	2/5
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/0ZJEYIocR5+OFv3i4lnRng==		





PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
Marketing Turístico

Contenidos o bloques temáticos

Parte I. Fundamentos estratégicos de marketing turístico

- Tema 1. Marketing, economía digital y actividad turística
- Tema 2. Mercado, gestión del valor y comportamiento del turista (digital)
- Tema 3. Segmentación de mercados, enfoque de relaciones y otras estrategias de marketing turístico
- Tema 4. Planificación de marketing, investigación de mercados y Big Data en organizaciones turísticas

Parte II. Políticas de marketing turístico

- Tema 5. Productos, experiencias turísticas y destinos inteligentes
- Tema 6. Precios turísticos, estrategias de fijación y revenue management en empresas turísticas
- Tema 7. Distribución, intermediación turística y gestión integral de canales
- Tema 8. Comunicación integrada de marketing en organizaciones turísticas

Actividades formativas y horas lectivas

Actividad	Créditos	Horas
B Clases Teórico/ Prácticas	6	60

Metodología de enseñanza-aprendizaje

Clases teóricas

Los contenidos disciplinares teóricos se desarrollarán de forma participativa para lo cual se impartirán los temas del programa con apoyo de material bibliográfico, presentaciones y noticias de

Código Seguro De Verificación	0ZJEYIocR5+OFv3i4lnRng==	Fecha	02/06/2020
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	3/5
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/0ZJEYIocR5+OFv3i4lnRng==		





PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
Marketing Turístico

actualidad del sector. La bibliografía básica es la referencia principal sobre los contenidos de cada tema, la complementaria permitirá ampliarlos y desarrollar epígrafes puntuales. Además de los señalados, los profesores podrán desarrollar los contenidos teóricos con sugerencias bibliográficas puntuales.

Clases prácticas

La resolución de casos y problemas numéricos representa el eje central sobre el que se asentará la parte práctica de la asignatura. Con los primeros no se pretende alcanzar soluciones numéricas exactas, sino que el estudiante mejore su capacidad para identificar problemas y tomar decisiones. La resolución de problemas permitirá el desarrollo de capacidades lógico-matemáticas vinculadas con la realidad comercial de una organización o destino turístico. Los casos prácticos y problemas se publicarán con antelación suficiente a su explicación en clase.

Sistemas y criterios de evaluación y calificación

La evaluación del alumno podrá realizarse a través de dos sistemas de evaluación: (1) continua y (2) examen final.

El primero (de evaluación continua) obligará a cada estudiante al desarrollo de dos pruebas individuales escritas, la primera de carácter teórico (tipo test) y la segunda de carácter práctico (casos y problemas), ambas sobre los 8 temas incluidos en el programa de la asignatura. Ninguna de estas pruebas deben entenderse como exámenes parciales eliminatorios de la asignatura con vistas al examen final.

Si se superan los límites marcados por el sistema (calificación mínima en cada prueba y global general), se podrá aprobar la asignatura sin necesidad de realizar el examen final. En caso de no superar la asignatura por evaluación continua, el alumnado tendrá opción a presentarse a la convocatoria ordinaria de junio.

El segundo sistema de evaluación (examen final) obligará a la realización de una prueba única (con contenidos teóricos y prácticos), sobre la materia incluida en los 8 temas del programa de la asignatura.

Código Seguro De Verificación	0ZJEYIocR5+OFv3i4lnRng==	Fecha	02/06/2020
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	4/5
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/0ZJEYIocR5+OFv3i4lnRng==		





PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
Marketing Turístico

Código Seguro De Verificación	0ZJEYIocR5+OFv3i4lnRng==	Fecha	02/06/2020
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/0ZJEYIocR5+OFv3i4lnRng==	Página	5/5

