

Datos básicos de la asignatura

Titulación:	Grado en Turismo
Año plan de estudio:	2009
Curso implantación:	2009-10
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

OBJETIVOS:

- Compartir con el alumnado elementos conceptuales y procedimentales claves en el marketing turístico.
- Analizar junto con el alumnado procesos de dirección, planificación de estrategias y ejecución de políticas de marketing turístico, tanto en el sector público como privado.
- Potenciar el desarrollo de capacidades y habilidades del alumnado para el correcto diagnóstico de problemas básicos empresariales de naturaleza comercial en empresas del sector turístico.
- Valorar con el alumnado la importancia de aplicar criterios decisionales relacionados con la ética, responsabilidad, sostenibilidad, transparencia y generación de valor, elementos básicos en la creación de relaciones sólidas entre agentes (internos y externos, públicos y privados) implicados en la actividad turística, así como con residentes en los espacios en que esta se desarrolla.
- Mostrar al alumnado la conveniencia de ofrecer al turista experiencias individualizadas y diferenciales en entornos cada vez más conectados, tecnológicos y globales.
- Comunicar al alumnado la relevancia que los constructos generación de confianza y

Código Seguro De Verificación	LnxJm9dOrkU5suGHbUU1oA==	Fecha	09/11/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/LnxJm9dOrkU5suGHbUU1oA==	Página	1/4



compromiso con el turista tienen en la obtención de su satisfacción y fidelidad.

- Fomentar en el alumnado el razonamiento sobre la aplicabilidad de determinadas 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 turístico, así como de los objetivos, estrategias y políticas comerciales más comunes aplicables al ámbito turístico.
- Grado medio (tipo 2): Convertir una situación comercial concreta vinculada con la estructura o funcionamiento de entidades públicas o privadas del sector turístico, en un problema objeto de estudio y análisis, planteando la identificación y manejo de variables necesarias para la adecuada toma de decisiones.

Código Seguro De Verificación	LnXJm9dOrkU5suGHbUU1oA==	Fecha	09/11/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/LnXJm9dOrkU5suGHbUU1oA==	Página	2/4



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	Horas	Créditos
B Clases Teórico/ Prácticas	60	6

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 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

Código Seguro De Verificación	LnXJm9dOrkU5suGHbUU1oA==	Fecha	09/11/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	3/4
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/LnXJm9dOrkU5suGHbUU1oA==		



teóricos con sugerencias bibliográficas.

Clases prácticas

La resolución de casos representa el eje central sobre el que se asentará la parte práctica de la asignatura. Algunos tendrán naturaleza cualitativa (ayudará a mejorar la capacidad del alumnado para la identificación de problemas y toma de decisiones en el ámbito comercial de una empresa), mientras que otros cuantitativa (permitirá el desarrollo de capacidades lógico-matemáticas del alumnado vinculadas con la realidad comercial de una empresa pública o privada, o de un destino turístico).

Sistemas y criterios de evaluación y calificación

Se contemplan dos sistemas de evaluación: (1) continua y (2) examen final.

El primero, de evaluación continua, tendrá en cuenta el trabajo desarrollado por el alumnado en clase, así como los resultados que obtenga en varias pruebas individuales sobre el programa de la asignatura. También podrá ser considerada la participación en actividades vinculadas con el área de conocimiento y la asignatura propuestas por el profesorado. A través de la evaluación continua se podrá aprobar la asignatura sin necesidad de realizar el examen final.

En caso de no superar la asignatura por el sistema de evaluación continua, el alumnado tendrá opción a presentarse al examen final en su convocatoria ordinaria de junio. Este segundo sistema de evaluación, examen final, obligará a la realización de una prueba única sobre la materia incluida en los temas del programa de la asignatura.

Código Seguro De Verificación	LnXJm9dOrkU5suGHbUU1oA==	Fecha	09/11/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	4/4
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/LnxJm9dOrkU5suGHbUU1oA==		

