



**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA  
"Marketing Turístico"**

Grado en Turismo

Departamento de Administración Empresas y C.I.M. (Mark.)

Facultad de Turismo y Finanzas

**DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA**

<b>Titulación:</b>	Grado en Turismo
<b>Año del plan de estudio:</b>	2009
<b>Centro:</b>	Facultad de Turismo y Finanzas
<b>Asignatura:</b>	Marketing Turístico
<b>Código:</b>	1790007
<b>Tipo:</b>	Obligatoria
<b>Curso:</b>	1º
<b>Período de impartición:</b>	Cuatrimestral
<b>Ciclo:</b>	0
<b>Área:</b>	Comercialización e Investigación de Mercados (Área responsable)
<b>Horas :</b>	150
<b>Créditos totales :</b>	6.0
<b>Departamento:</b>	Administración Empresas y C.I.M. (Mark.) (Departamento responsable)
<b>Dirección física:</b>	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES, AVDA. RAMÓN Y CAJAL, 1 41018 -
<b>Dirección electrónica:</b>	

**OBJETIVOS Y COMPETENCIAS**

**Objetivos docentes específicos**

- Transmitir al estudiante los conocimientos básicos de la disciplina del Marketing y su aplicación al sector turístico, en lo que respecta a su terminología y conceptos esenciales.
- Ofrecer al estudiante una visión organizada de las estrategias y políticas básicas de Marketing turístico, tanto en el sector público como en la empresa privada.
- Concienciar al estudiante de la necesaria orientación al mercado de empresas, organizaciones y destinos turísticos, en un entorno digital y globalizado.
- Plantear al estudiante la necesidad de ofrecer al cliente/turista/visitante experiencias turísticas incluidas en propuestas de valor diferenciadas de la competencia
- Comunicar al estudiante la importancia de la inversión empresarial en acciones de distribución y comunicación off line y online de Marketing, dada su influencia en la rentabilidad de la organización turística (pública o privada).
- Fomentar en el estudiante el razonamiento y juicio acerca de la viabilidad de determinadas soluciones comerciales en el ámbito de la actividad turística empresarial.

<b>Código Seguro De Verificación</b>	Q53WIEqA6406nKSRKCVzVg==	<b>Fecha</b>	20/05/2020
<b>Firmado Por</b>	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	<b>Página</b>	1/3
<b>Url De Verificación</b>	<a href="https://pfirma.us.es/verifirma/code/Q53WIEqA6406nKSRKCVzVg==">https://pfirma.us.es/verifirma/code/Q53WIEqA6406nKSRKCVzVg==</a>		



## Competencias:

### Competencias transversales/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
- Iniciativa y espíritu emprendedor
- Mejora toma de decisiones
- Organización y planificación de tareas

### Competencias específicas

- Grado Elevado (tipo 1): Conocimiento 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, familiarizando al estudiante con la identificación y manejo de variables necesarias para la toma de solución de problemas organizacionales en el sector turístico.

## CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

### Parte I. Fundamentos estratégicos de Marketing turístico

- Tema 1. Marketing, orientación al mercado y actividad turística
- Tema 2. Mercado turístico, gestión del valor y comportamiento del nuevo cliente digital
- Tema 3. Segmentación de mercados, enfoque de relaciones y otras estrategias de marketing
- Tema 4. Planificación de marketing, investigación comercial turística y Big Data

### Parte II. Políticas de Marketing turístico

- Tema 5. Productos, experiencias turísticas y destinos inteligentes
- Tema 6. Precios turísticos, métodos de fijación y revenue management
- Tema 7. Distribución, intermediación turística y convergencia de canales
- Tema 8. Comunicación de Marketing off line y on line en organizaciones turísticas

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

### Relación de actividades formativas del cuatrimestre

#### Clases teóricas

Horas presenciales: 22.0

Horas no presenciales: 45.0

#### Metodología de enseñanza-aprendizaje:

Los contenidos disciplinares teóricos se desarrollarán de forma participativa. Para ello se entregará con antelación al momento de impartición, material formativo que permita al estudiante la preparación previa de la clase. Se completarán los temas con casos, cuestiones a debate y comentarios de 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 teóricos con sugerencias bibliográficas puntuales

#### Competencias que desarrolla:

Tipo 1 y 2

Código Seguro De Verificación	Q53WIEqA6406nKSRKCVzVg==	Fecha	20/05/2020
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	2/3
Url De Verificación	<a href="https://pfirma.us.es/verifirma/code/Q53WIEqA6406nKSRKCVzVg==">https://pfirma.us.es/verifirma/code/Q53WIEqA6406nKSRKCVzVg==</a>		



### Clases prácticas

---

Horas presenciales: 22.0

Horas no presenciales: 45.0

#### Metodología de enseñanza-aprendizaje:

La resolución de casos prácticos representa el eje central sobre el que se asentará la parte práctica de la asignatura. Su realización obliga al estudiante a enfrentarse a una situación que refleja la problemática comercial de una empresa, destino u organización turística. Con ellos 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 habilidades numéricas en relación con los conceptos teóricos estudiados y exige al alumno cierta solvencia numérica. Los casos prácticos y problemas se publicarán con antelación suficiente a su explicación en clase.

#### Competencias que desarrolla:

Tipo 1 y 2

### Tutorías colectivas de contenido programado

---

Horas presenciales: 16.0

Horas no presenciales: 0.0

#### Metodología de enseñanza-aprendizaje:

El desarrollo de actividades grupales (3-4 componentes) favorecen la adquisición de competencias y habilidades marcadas para la asignatura. Girarán estas tutorías grupales en torno al análisis, reflexión y resolución de casos o problemas propios de la actividad comercial de una empresa, organización o destino turístico.

#### Competencias que desarrolla:

Tipo 1 y 2

### Clases teóricas

---

Horas presenciales: 0.0

Horas no presenciales: 0.0

## SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

### Se propone un doble sistema de evaluación: (1) continua y (2) examen final

---

El primero de los sistemas (evaluación continua) obligará al estudiante al desarrollo de actividades grupales, así como a la realización de pruebas escritas individuales sobre materia incluida en el programa de la asignatura. Si el alumno supera los límites mínimos marcados en cada caso, podrá aprobar la asignatura sin necesidad de realizar el examen final de la convocatoria ordinaria de junio.

El segundo sistema de evaluación (examen final) obligará a la realización por el estudiante de una prueba única (con contenidos teóricos y prácticos), sobre la materia impartida en clase e incluida en el programa de la asignatura

Código Seguro De Verificación	Q53WIEqA6406nKSRKCVzVg==	Fecha	20/05/2020
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	3/3
Url De Verificación	<a href="https://pfirma.us.es/verifirma/code/Q53WIEqA6406nKSRKCVzVg==">https://pfirma.us.es/verifirma/code/Q53WIEqA6406nKSRKCVzVg==</a>		

