



PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
Investigación de Mercados Turísticos

Datos básicos de la asignatura	
Titulación:	Grado en Turismo
Año plan de estudio:	2009
Curso implantación:	2013-14
Departamento:	Administración de Empresas y Marketing
Centro sede	Facultad de Turismo y Finanzas
Departamento:	
Nombre asignatura:	Investigación de Mercados Turísticos
Código asignatura:	1790030
Tipología:	OBLIGATORIA
Curso:	3
Periodo impartición:	CUATRIMESTRAL
Créditos ECTS:	6
Horas totales:	150
Área de conocimiento:	Comercialización e Investigación de Mercados

Objetivos y competencias
<p>OBJETIVOS:</p> <ol style="list-style-type: none">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. <p>COMPETENCIAS:</p> <p>Competencias específicas:</p> <p>COMPETENCIA 1: CONVERTIR UN PROBLEMA EMPÍRICO EN UN OBJETO DE</p>

Código Seguro De Verificación	i0m+C5oQv0Lojxu3ITdv3g==	Fecha	20/01/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	1/4
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/i0m+C5oQv0Lojxu3ITdv3g==		





PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
Investigación de Mercados Turísticos

INVESTIGACIÓN Y ELABORAR CONCLUSIONES. Se puede concretar, entre otros aspectos, los siguientes:

¿conocer la importancia de la investigación en el turismo; conocer los métodos cuantitativos y cualitativos aplicados al turismo

¿conocer las fuentes de información para la investigación turística; acceder a las distintas fuentes de información.

¿diseñar y estructurar una investigación

¿analizar, interpretar e inferir datos y resultados: elaboración y presentación del informe, aplicación de la investigación a los fines propuestos

COMPETENCIA 2: EVALUAR LOS POTENCIALES TURISTICOS Y EL ANALISIS PROSPECTIVO DE SU EXPLOTACION. Se puede concretar, entre otros aspectos, los siguientes:

¿elaborar estudios de mercado para conocer las relaciones entre la demanda y el recurso turístico a explotar; diseñar y elaborar proyectos

Competencias genéricas:

INSTRUMENTALES

Capacidad de análisis y síntesis

Capacidad de organización y planificación

Comunicación oral y escrita

Habilidades elementales en informática

Capacidad de gestión de la información

Resolución de problemas

Toma de decisiones

Código Seguro De Verificación	i0m+C5oQv0Lojxu3ITdv3g==	Fecha	20/01/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	2/4
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/i0m+C5oQv0Lojxu3ITdv3g==		





PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
Investigación de Mercados Turísticos

PERSONALES

Trabajo en equipo

Razonamiento crítico

Compromiso ético

SISTÉMICAS

Aprendizaje autónomo

Adaptación a nuevas situaciones

Creatividad

Iniciativa y espíritu emprendedor

Motivación por la calidad

Contenidos o bloques temáticos

TEMA 1.- Introducción a la investigación de mercados turísticos.

TEMA 2.- Sistemas y fuentes de información en turismo.

TEMA 3.- Proceso de investigación de mercados turísticos.

TEMA 4.- Técnicas de investigación de mercados turísticos.

TEMA 5.- Diseño de cuestionarios en los estudios de mercados turísticos.

TEMA 6.- Escalas de medida en la investigación turística.

TEMA 7.- Diseño de experimentos en la investigación turística.

Código Seguro De Verificación	i0m+C5oQv0Lojxu3ITdv3g==	Fecha	20/01/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	3/4
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/i0m+C5oQv0Lojxu3ITdv3g==		





PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
Investigación de Mercados Turísticos

Actividades formativas y horas lectivas

Actividad	Créditos	Horas
B Clases Teórico/ Prácticas	6	60

Metodología de enseñanza-aprendizaje

Clases teóricas

Para la adquisición de los contenidos disciplinares teóricos se aplicará una metodología encaminada a la participación de los alumnos, haciéndoles responsables de su aprendizaje. Para ello, se impartirán los temas con apoyo de actividades de aplicación práctica de los conceptos estudiados.

Ejercicios y casos prácticos

La realización de ejercicios y casos prácticos trata de impulsar la dinámica de clase. Este método obliga a la realización de un trabajo analítico en el que los alumnos se enfrentarán ante una situación que refleja la realidad comercial de una empresa turística. Se pretende que el alumno desarrolle la capacidad para identificar problemas y tomar decisiones adecuadas.

Tutorías colectivas de contenido programado

Se trata de realizar una labor de orientación a los alumnos en la realización de sus actividades en grupo.

Sistemas y criterios de evaluación y calificación

Los procedimientos de evaluación se basarán en pruebas escritas y actividades a realizar por el alumno, contemplándose la evaluación continua, con la que se podrá superar la asignatura de forma previa a la realización de exámenes finales.

Código Seguro De Verificación	i0m+C5oQv0Lojxu3ITdv3g==	Fecha	20/01/2021
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/i0m+C5oQv0Lojxu3ITdv3g==	Página	4/4

