



PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
"Investigación de Mercados Turísticos"

Grado en Turismo

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

Facultad de Turismo y Finanzas

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Titulación:	Grado en Turismo
Año del plan de estudio:	2009
Centro:	Facultad de Turismo y Finanzas
Asignatura:	Investigación de Mercados Turísticos
Código:	1790030
Tipo:	Obligatoria
Curso:	3º
Período de impartición:	Cuatrimestral
Ciclo:	0
Área:	Comercialización e Investigación de Mercados (Area responsable)
Horas :	150
Créditos totales :	6.0
Departamento:	Administración Empresas y C.I.M. (Mark.) (Departamento responsable)
Dirección física:	AVDA. RAMÓN Y CAJAL, 1, 41018, SEVILLA
Dirección electrónica:	http://admark.us.es

OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

Objetivos docentes específicos

- 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

INSTRUMENTALES
Capacidad de análisis y síntesis
Capacidad de organización y planificación
Comunicación oral y escrita

Código Seguro De Verificación	RiBNWT44cvudu0bL1JSiSQ==	Fecha	21/05/2020
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	1/3
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/RiBNWT44cvudu0bL1JSiSQ==		



Habilidades elementales en informática
Capacidad de gestión de la información
Resolución de problemas
Toma de decisiones

PERSONALES
Trabajo en equipo
Razonamiento crítico
Compromiso ético

SISTÉMICAS
Aprendizaje autónomo
Adaptación a nuevas situaciones
Creatividad
Iniciativa y espíritu emprendedor
Motivación por la calidad

Competencias específicas

COMPETENCIA 1: CONVERTIR UN PROBLEMA EMPÍRICO EN UN OBJETO DE 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 TURÍSTICOS 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

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- 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.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Relación de actividades formativas del cuatrimestre

Clases teóricas

Horas presenciales: 24.0

Horas no presenciales: 42.0

Metodología de enseñanza-aprendizaje:

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.

Competencias que desarrolla:

Competencias 1 y 2

Código Seguro De Verificación	RiBNWT44cvudu0bL1JSiSQ==	Fecha	21/05/2020
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	2/3
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/RiBNWT44cvudu0bL1JSiSQ==		



Ejercicios y casos prácticos

Horas presenciales: 18.0

Horas no presenciales: 30.0

Metodología de enseñanza-aprendizaje:

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.

Competencias que desarrolla:

Competencias 1 y 2

AAD sin presencia del profesor

Horas presenciales: 0.0

Horas no presenciales: 18.0

Metodología de enseñanza-aprendizaje:

Se propone la realización de una investigación comercial de un producto o destino turístico. Dicha actividad se realizará en grupos de alumnos, de los que uno de ellos actuará como portavoz y enlace con el profesor-tutor.

Competencias que desarrolla:

Competencias 1 y 2

Tutorías colectivas de contenido programado

Horas presenciales: 10.0

Horas no presenciales: 0.0

Metodología de enseñanza-aprendizaje:

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

Competencias que desarrolla:

Competencias 1 y 2

AAD con presencia del profesor

Horas presenciales: 8.0

Horas no presenciales: 0.0

Metodología de enseñanza-aprendizaje:

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

Competencias que desarrolla:

Competencias 1 y 2

SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Pruebas escritas y actividades

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	RiBNWT44cvudu0bL1JSiSQ==	Fecha	21/05/2020
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	3/3
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/RiBNWT44cvudu0bL1JSiSQ==		

