

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:	Investigación de Mercados Turísticos
Código asignatura:	1790030
Tipología:	OBLIGATORIA
Curso:	3
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 resultados del aprendizaje

OBJETIVOS:

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 específicas:

1. CONVERTIR UN PROBLEMA EMPÍRICO EN UN OBJETO DE INVESTIGACIÓN Y ELABORAR CONCLUSIONES. Se puede concretar, entre otros aspectos, los siguientes:
 - 1.1. Conocer la importancia de la investigación en el turismo; conocer los métodos cuantitativos y cualitativos aplicados al turismo.

Código Seguro De Verificación	q76wn0sbpB0eaiVmSsau/A==	Fecha	15/01/2026
Firmado Por	PILAR CUBILES SANCHEZ-POBRE	Página	1/5
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/q76wn0sbpB0eaiVmSsau%2FA%3D%3D		



1.2. Conocer las fuentes de información para la investigación turística; acceder a las distintas fuentes de información.

1.3. Diseñar y estructurar una investigación de mercados en el ámbito turístico.

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

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

2.1. 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

PERSONALES

Trabajo en equipo

Razonamiento crítico

Compromiso ético

Código Seguro De Verificación	q76wn0sbpB0eaiVmSsau/A==	Fecha	15/01/2026
Firmado Por	PILAR CUBILES SANCHEZ-POBRE		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/q76wn0sbpB0eaiVmSsau%2FA%3D%3D	Página	2/5



SISTÉMICAS

Aprendizaje autónomo

Adaptación a nuevas situaciones

Creatividad

Iniciativa y espíritu emprendedor

Motivación por la calidad

En relación con los códigos de identificación de los Conocimientos, Destrezas y Competencias recogidos en la memoria de verificación del título de Grado de Turismo, cabe mencionar los siguientes:

C01. Poseer y comprender conocimientos básicos generales y los conocimientos del área de Turismo que se reflejan en libros de texto avanzados.

C18. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales. (C11 LB).

C24. Conocer y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico (C24 LB).

HD01. Derivar de los datos información relevante imposible de reconocer por los no especialistas del área de Turismo.

HD03. Adquirir habilidades y dominar herramientas informáticas aplicadas a las diferentes materias propias del Turismo.

HD17. Diseñar en la práctica productos, precios, distribución y comunicación específicos.

COM07. Ser capaz de trabajar en equipo.

COM11. Tener compromiso ético en el trabajo.

Contenidos o bloques temáticos

Código Seguro De Verificación	q76wn0sbpB0eaiVmSsau/A==	Fecha	15/01/2026
Firmado Por	PILAR CUBILES SANCHEZ-POBRE		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/q76wn0sbpB0eaiVmSsau%2FA%3D%3D	Página	3/5



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 y horas lectivas

Actividad	Horas
B Clases Teórico/ Prácticas	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 refleje la realidad de una empresa u organización 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 en las convocatorias oficiales.

Código Seguro De Verificación	q76wn0sbpB0eaiVmSsau/A==	Fecha	15/01/2026
Firmado Por	PILAR CUBILES SANCHEZ-POBRE		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/q76wn0sbpB0eaiVmSsau%2FA%3D%3D	Página	5/5

