



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Mercadotecnia turística

|                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |        |       |              |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| Materia               | Mercadotecnia turística                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |        |       |              |
| Código                | 004G240V01303                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |        |       |              |
| Titulación            | Grao en Turismo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |        |       |              |
| Descritores           | Creditos ECTS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                       | 6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | OB     | 2     | 1c           |
| Lingua de impartición | Castelán<br>Galego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |        |       |              |
| Departamento          | Organización de empresas e márketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |        |       |              |
| Coordinador/a         | Alén González, María Elisa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |        |       |              |
| Profesorado           | Alén González, María Elisa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |        |       |              |
| Correo-e              | alen@uvigo.es                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |        |       |              |
| Web                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |        |       |              |
| Descrición xeral      | A materia conecta ao alumno con aspectos da mercadotecnia básicos para coñecer e entender o mercado e os consumidores da empresa. En concreto, a materia Mercadotecnia turística pretende profundar no estudo da mercadotecnia estratéxica e das ferramentas de análises e planificación do mercado de cada a desenvolver estratexias exitosas para as empresas no mercado. |        |       |              |

## Competencias

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| A1     | Que os estudantes demostraren posuír e comprender coñecementos nunha área de estudo que parte da base da educación secundaria xeral e adoita atoparse a un nivel que, malia se apoiar en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo. |
| A2     | Que os estudantes saiban aplicar os seus coñecementos ó seu traballo ou vocación dunha forma profesional e posúan as competencias que adoitan demostrarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo.                                                       |
| A3     | Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.                                                                                       |
| A5     | Que os estudantes desenvolvan aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía.                                                                                                                                                                                 |
| B1     | Habilidades no manexo das TIC para a procura e uso da información                                                                                                                                                                                                                                                          |
| B3     | Capacidade para interpretar criticamente datos e texto                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| B5     | Capacidade de comunicación oral e escrita                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| B6     | Mobilidade e adaptabilidade a diferentes medios e situacións                                                                                                                                                                                                                                                               |
| B7     | Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual                                                                                                                                                                                                                                                              |
| B8     | Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| C13    | Avaliar alternativas de planificación, dirección e control de empresas turísticas, así como saber tomar decisións estratéxicas.                                                                                                                                                                                            |
| C15    | Orientación do servizo ao cliente                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| D1     | Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| D2     | Compromiso ético                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| D3     | Creatividade                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| D5     | Motivación pola calidade                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

## Resultados de aprendizaxe

| Resultados previstos na materia                                                                                           | Resultados de Formación e Aprendizaxe |            |          |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|------------|----------|
| Coñecer os distintos procesos, procedementos e estratexias de mercadotecnia para a prestación dun servizo excelente.      | A1<br>A2<br>A3<br>A5                  | C13<br>C15 | D3<br>D5 |
| Identificar os problemas comerciais e saber atopar e utilizar os principais instrumentos existentes para a súa resolución |                                       | B1<br>B3   | D3       |

|                                                                                        |                |          |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------|
| Mobilidade e adaptabilidade a situacións diferentes e capacidade de traballo en equipo | B6<br>B7<br>B8 | D1       |
| Mostrar, explicar e xustificar os valores éticos propios da profesión                  | B5             | D1<br>D2 |

## Contidos

| Tema                                                            |                                                                    |                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Tema 1. Introducción: Mercadotecnia turística                   | 1.1. Definición e concepto de mercadotecnia                        | 1.2. Enfoques na dirección de mercadotecnia                                          |
| Tema 2: Características do servizo e da mercadotecnia turística | 2.1 Características da mercadotecnia de servizos                   | 2.2 Estratexias de xestión para empresas de servizos                                 |
|                                                                 | 2.3 o modelo de prestación dun servizo                             |                                                                                      |
| Tema 3. Mercado potencial, demanda de mercado e cota de mercado | 3.1. Definición do concepto de mercado                             | 3.2. Mercado potencial 3.3. Cota de mercado potencial e cota de participación        |
| Tema 4. A planificación de mercadotecnia (introdución)          | 4.1. O plan estratéxico de mercadotecnia                           | 4.2. As estratexias de mercadotecnia                                                 |
| Tema 5. O sistema de información de mercadotecnia               | 5.1. Avaliación das necesidades de información en mercadotecnia    | 5.2. A investigación comercial                                                       |
| Tema 6. O comportamento do consumidor                           | 6.1. Factores que inciden no comportamento de compra do consumidor | 6.2. Modelos de comportamento do consumidor                                          |
| Tema 7. A segmentación de mercados                              | 7.1. A segmentación                                                | 7.2. Proceso e estratexias de segmentación 7.3 Posicionamento                        |
| Tema 8. Marketing Mix                                           | 8.1 Deseño e xestión do produto                                    | 8.2 Consideracións sobre o prezo 8.3 Canles de distribución 8.4 Promoción do produto |

## Planificación

|                                        | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|----------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Lección maxistral                      | 22            | 45                 | 67           |
| Estudo de casos/análises de situacións | 22            | 5                  | 27           |
| Probas de tipo test                    | 1.5           | 40                 | 41.5         |
| Probas de resposta curta               | 0.5           | 14                 | 14.5         |

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

## Metodoloxía docente

|                                        | Descrición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Lección maxistral                      | Exposición por parte do profesor dos contidos sobre a materia obxecto de estudo, bases teóricas e/ou directrices dun traballo, exercicio ou proxecto a desenvolver polo estudante.<br>Recoméndase ao estudante que traballe previamente o material entregado polo profesor e que se consulte a bibliografía recomendada para completar a información co fin de seguir as explicacións. |
| Estudo de casos/análises de situacións | Análise dun feito, problema ou suceso real coa finalidade de coñecelo, interpretalo, resolvelo, xerar hipótese, contrastar datos, reflexionar, completar coñecementos, diagnosticalo e adestrarse en procedementos alternativos de solución.                                                                                                                                           |

## Atención personalizada

| Metodoloxías                           | Descrición                                                             |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| Estudo de casos/análises de situacións | Casos prácticos relativos a situacións reais e/ou empresas turísticas. |

## Avaliación

|                                        | Descrición                                              | Cualificación | Resultados de Formación e Aprendizaxe |    |     |    |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------|---------------|---------------------------------------|----|-----|----|
| Estudo de casos/análises de situacións | Entregaranse casos e exercicios que haberá que resolver | 40            | A1                                    | B1 | C13 | D1 |
|                                        |                                                         |               | A2                                    | B3 |     | D2 |
|                                        |                                                         |               | A3                                    | B5 |     | D3 |
|                                        |                                                         |               | A5                                    | B6 |     | D5 |
|                                        |                                                         |               |                                       | B7 |     |    |
| Probas de tipo test                    | Exame tipo test de entre 50 e 100 preguntas válidas     | 35            | A1                                    | B8 |     |    |
|                                        |                                                         |               | A2                                    |    |     |    |
|                                        |                                                         |               | A3                                    |    |     |    |
|                                        |                                                         |               | A5                                    |    |     |    |

|                          |                                    |    |                      |                |            |
|--------------------------|------------------------------------|----|----------------------|----------------|------------|
| Probas de resposta curta | Preguntas curtas achega do temario | 25 | A1<br>A2<br>A3<br>A5 | B3<br>B5<br>B8 | C13<br>C15 |
|--------------------------|------------------------------------|----|----------------------|----------------|------------|

## Outros comentarios sobre a Avaliación

A descrición desta guía esta pensada para a modalidade presencial. A nota obtida polo estudante na parte presencial terá vixencia para as convocatorias ás que dá dereito a matrícula de cada curso académico.

A concreción das actividades a realizar dependerá en gran medida do número de estudantes e os medios para traballar en grupo.

Na avaliación continua a nota final será o resultado de:

a) Realización de varios exercicios/casos prácticos individuais e/ou en grupo. Para a avaliación poderá esixirse unha defensa oral do caso (40%)

b) Un exame ao finalizar a materia no que se medirán os coñecementos teóricos alcanzados (60%)

c) É necesario alcanzar un mínimo dun 4.5 en cada parte para poder compensala e superar a materia.

Avaliación ordinaria: Seguirán este proceso os estudantes que non sigan a avaliación continua ou aqueles que seguíndoa non alcancen os mínimos establecidos. neste caso, o exame consistirá nunha proba na que se exporán preguntas teóricas e outra na que haberá un caso práctico. Para medir as habilidades de comunicación do estudante pode establecerse que unha ou as dúas probas realícense de forma oral.

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso 2017-2018. En caso de conflito ou disparidade entre as datas dos exames, prevalecerán as sinaladas na páxina web da FCETOU.

## Bibliografía. Fontes de información

### Bibliografía Básica

Kotler y otros, **Marketing turístico**, 1, Pearson, 2015

### Bibliografía Complementaria

Kotler y Armstrong, **Principios de Marketing**, 2008,

Kotler y Armstrong, **Dirección de marketing**, 2008,

## Recomendacións

### Materias que continúan o temario

Distribución turística/O04G240V01401

Promoción turística/O04G240V01405

Investigación de mercados turísticos/O04G240V01602

Atención ao cliente/O04G240V01902

E-marketing no sector turístico/O04G240V01904

### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Empresa: Dirección e xestión de entidades turísticas I/O04G240V01102

Empresa: Dirección e xestión de entidades turísticas II/O04G240V01203

## Outros comentarios

Esta guía docente anticipa as liñas de actuación que se deben levar a cabo co alumno na materia e concíbese de forma flexible. En consecuencia, pode requirir reaxustes ao longo do curso académico promovidos pola dinámica da clase e do grupo de destinatarios real ou pola relevancia das situacións que puidesen xurdir. Así mesmo, achegarase aos alumnos a información e pautas concretas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo.