



DATOS IDENTIFICATIVOS

Marketing turístico

Asignatura	Marketing turístico			
Código	O04G240V01303			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimstre
	6	OB	2	1c
Lengua	#EnglishFriendly			
Impartición	Castellano Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Alén González, María Elisa			
Profesorado	Alén González, María Elisa			
Correo-e	alen@uvigo.es			
Web				

Descripción general La materia conecta al estudiante con aspectos del márketing básicos para conocer y entender el mercado y a los consumidores. En concreto, la materia Márketing turístico pretende profundizar en el estudio del márketing estratégico y de las herramientas de análisis y planificación del mercado para desarrollar estrategias exitosas.

Materia del programa *English *Friendly. Los/ las estudiantes internacionales podrán solicitar al profesorado: la) materiales y referencias bibliográficas para el seguimiento de la materia en inglés, *b) atender las *tutorías en inglés, *c) pruebas y evaluaciones en inglés.

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código	
A1	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B3	Capacidad para interpretar críticamente datos y texto
B5	Capacidad de comunicación oral y escrita
B6	Movilidad y adaptabilidad a diferentes entornos y situaciones
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
C5	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los fundamentos de la gestión de empresas turísticas: Problemas económicos internos e interrelaciones entre los distintos subsistemas
C6	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los fundamentos del marketing turístico, así como objetivos, estrategias y políticas comerciales
C9	Comprender e interpretar conocimientos acerca de las técnicas básicas de investigación y prospectiva en materia turística
C13	Evaluar alternativas de planificación, dirección y control de empresas turísticas, así como saber tomar decisiones estratégicas
C15	Orientación del servicio al cliente
D1	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos

D2	Compromiso ético
D3	Creatividad
D5	Motivación por la calidad

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
RANA1. Conocer los distintos procesos, procedimientos y estrategias de marketing para la prestación de un servicio excelente	A1 A2 A3 A5	B3 B8 C9 C13 C15	C5 C6 C13 C15	D3 D5
RANA2. Identificar los problemas comerciales y saber encontrar y utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución	A1 A2 A3 A4	B1 B3 B7 B8	C9 C13 C15	D1 D5
RANA3. Estructurar un plan de marketing turístico	A1 A2	B1 B3 B5	C6 C13 C15	D1 D3
RANA4. Mostrar, explicar y justificar los valores éticos propios de la profesión	A3 A4	B5 B6	C15	D2 D3

Contenidos

Tema	
Tema 1. Introducción: Marketing turístico	1.1. Definición y concepto de marketing 1.2. Enfoques en la dirección de marketing
Tema 2: Características del servicio y del marketing turístico	2.1 Características del marketing de servicios 2.2 Estrategias de gestión para empresas de servicios 2.3 el modelo de prestación de un servicio
Tema 3. Mercado potencial, demanda de mercado y cuota de mercado	3.1. Definición del concepto de mercado 3.2. Mercado potencial 3.3. Cuota de mercado potencial y cuota de participación
Tema 4. La planificación de marketing (introducción)	4.1. El plan estratégico de marketing 4.2. Las estrategias de marketing
Tema 5. El sistema de información de marketing	5.1. Evaluación de las necesidades de información en marketing 5.2. La investigación comercial
Tema 6. El comportamiento del consumidor	6.1. Factores que inciden en el comportamiento de compra del consumidor 6.2. Modelos de comportamiento del consumidor
Tema 7. La segmentación de mercados	7.1. La segmentación 7.2. Proceso y estrategias de segmentación 7.3 Posicionamiento
Tema 8. Marketing Mix	8.1 Diseño y gestión del producto 8.2 Consideraciones sobre el precio 8.3 Canales de distribución 8.4 Promoción del producto

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	22	45	67
Estudio de casos	22	5	27
Aprendizaje-servicio	22	5	27
Examen de preguntas objetivas	1.5	40	41.5
Resolución de problemas y/o ejercicios	0.5	14	14.5
Portafolio/dossier	0.5	7	7.5
Observación sistemática	0	7	7

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

Descripción

Lección magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos sobre la materia objeto de estudio, bases teóricas y/o directrices de un trabajo, ejercicio o proyecto a desarrollar por el estudiante. Se recomienda al estudiante que trabaje previamente el material entregado por el profesor y que se consulte la bibliografía recomendada para completar la información con el fin de seguir las explicaciones. EVALUACIÓN CONTINUA Carácter: Obligatorio Asistencia: No Obligatoria EVALUACIÓN GLOBAL Carácter: Obligatorio Asistencia: No Obligatoria
Estudio de casos	Análisis de un hecho, problema o suceso real con la finalidad de conocerlo, interpretarlo, resolverlo, generar hipótesis, contrastar datos, reflexionar, completar conocimientos, diagnosticarlo y entrenarse en procedimientos alternativos de solución. EVALUACIÓN CONTINUA Carácter: Obligatorio Asistencia: Obligatoria (permitidas 3 faltas como máximo) EVALUACIÓN GLOBAL Carácter: Obligatorio Asistencia: No Obligatoria
Aprendizaje-servicio	Combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad en un sólo proyecto articulado donde los/las participantes aprenden a trabajar en las necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorarla. EVALUACIÓN CONTINUA Carácter: Obligatorio Asistencia: Obligatoria

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Estudio de casos	Casos prácticos relativos a situaciones reales y/o empresas turísticas. El alumnado tendrá seguimiento continuo y una atención personalizada y de grupo.
Aprendizaje-servicio	Participación voluntaria en un proyecto de aprendizaje en colaboración con otra organización
Pruebas	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Se pueden establecer acciones especialmente dirigidas al alumnado en segunda o sucesivas matrículas en la materia entre las que se encontrarían: - Un programa de reuniones de tutoría regladas (presenciales o virtuales) en fechas previamente definidas de asistencia obligatoria, en las que el alumnado exponga sus progresos y consulte las dudas. - Programación bajo petición de actividades adicionales o complementarias a las previstas ordinariamente que ayuden a este alumnado al estudio y que permitan el seguimiento y control de su progreso en la materia.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Estudio de casos	En el caso de evaluación continua se entregarán casos y ejercicios que habrá que resolver durante las sesiones prácticas. Para la liberación de esta parte el alumnado debe conseguir una calificación global en el conjunto de las prácticas entregadas igual o superior a cinco puntos (sobre 10) y no haber faltado a más de 3 sesiones de prácticas. En el caso de evaluación global se resolverá un caso práctico global el día del examen.	40	A1 B1 C6 D1 A2 B3 C9 D2 A3 B5 C13 D3 A4 B6 C15 D5 B7 B8
Examen de preguntas objetivas	Examen tipo test	35	A1 B8 A2 A3 A5
Resolución de problemas y/o ejercicios	Preguntas cortas acerca del temario	25	A1 B3 C5 A2 B5 C6 A3 B8 C13 A4 C15 A5

Portafolio/dossier	Realización de una carpeta con los aprendizajes derivados de la experiencia de ApS. Consiste en la recopilación del trabajo del/la estudiante en el que muestra sus esfuerzos, progresos y logros. La recopilación debe incluir contenidos elegidos por el alumno/a, los criterios de selección y evidencias de autoreflexión.	20	A1 A2 A3 A5	B1 B5	C5 C13 C15	D1 D2 D3 D5
Observación sistemática	Percepción atenta, racional, planificada y sistemática para describir y registrar las manifestaciones del comportamiento del alumnado participante en ApS	20	A1 A2 A3 A5	B1 B5	C5 C13 C15	D1 D2 D3 D5

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumnado podrá elegir ser evaluado mediante el sistema de Evaluación Continua (EC), o alternatively optar por una prueba de Evaluación Global (EG). La evaluación por defecto es la EC. El alumnado podrá elegir EG según el procedimiento y el plazo establecido por el centro. La elección de EG supone la renuncia al derecho de seguir evaluándose mediante las actividades de EC que resten y a la calificación obtenida hasta ese momento en cualquiera de las pruebas que ya tuvieron lugar.

EC. En caso de no renunciar a la evaluación continua:

La concreción de las actividades a realizar dependerá en gran medida del número de estudiantes y los medios para trabajar en grupo. Se indican dos alternativas excluyentes en función de que el alumnado participe en el programa de ApS o no (alumnado general).

====ALUMNADO GENERAL====

En la evaluación continua la nota final será el resultado de:

a) Realización de varios ejercicios/casos prácticos individuales y/o en grupo durante la asistencia a las sesiones prácticas. Esta nota pondera un 40% en la calificación final siempre que sea superior o igual a 5 puntos sobre 10 para lo cual es condición indispensable no haber faltado a más de 3 sesiones prácticas.

b) Un examen parcial durante el cuatrimestre para evaluar el progreso en la materia (20%)

c) Un examen al finalizar la materia en el que se medirán los conocimientos teóricos alcanzados (40%)

Es necesario alcanzar un mínimo de un 4.5 en el examen para poder compensar la nota con la de evaluación continua y superar la materia.

====ALUMNADO QUE PARTICIPE EN EL ApS====

En la evaluación continua la nota final será el resultado de:

la) Realización de una Carpeta/dossier de aprendizaje y observación sistemática por parte de la docente. Para la evaluación podrá exigirse una defensa oral. Esta nota pondera un 40% en la calificación final siempre que sea superior o igual a 5 puntos sobre 10.

b) Un examen parcial durante el cuatrimestre para evaluar el progreso en la materia (20%)

c) Un examen al finalizar la materia en el que se medirán los conocimientos teóricos alcanzados (40%)

Es necesario alcanzar un mínimo de un 4.5 en el examen para poder compensar la nota con la de evaluación continua y superar la materia.

EG en primera oportunidad

Seguirán este proceso los estudiantes que no sigan la evaluación continua. Una vez superado el periodo de un mes desde el comienzo del cuatrimestre el decanato de la FCETOU habilitará el procedimiento e informará a los estudiantes del plazo para que los matriculados manifiesten formalmente su intención de acogerse a la modalidad de evaluación global. En este caso, el examen consistirá en una prueba en la que se contestarán preguntas teóricas (60%) y otra en la que habrá un caso práctico (40%).

Convocatoria extraordinaria y fin de carrera:

Se emplearán los sistemas de evaluación continua y global expuestos anteriormente.

Proceso de calificación de actas:

Independientemente del sistema de evaluación y la convocatoria, en caso de no superar alguna parte de la evaluación pero

si la puntuación global es superior a 4 (sobre 10), la calificación en actas será de 4.

Las calificaciones de todas las pruebas, parciales o finales, prácticas y actividades solo tendrán efectos en el curso académico en el que se realicen.

Fechas de evaluación:

Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Centro. En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes, prevalecerán las señaladas en la página web de la FCETOU.

Consulta y/o solicitud de tutorías:

La docente tiene una oferta de tutorías presenciales o virtuales en horario concertado. Para concertar una cita puede hacerse desde la Secretaría Virtual online.

Otros:

La plataforma de aula virtual cuenta con herramientas para detectar posibles comportamientos anómalos y deshonestos, así como para detectar posibles plagios en trabajos escritos. En el caso de detección de estos comportamientos la calificación final de la materia será Suspenso (0) y el hecho será comunicado al Decanato del Centro para que adopte las medidas oportunas en cumplimiento del artículo 13.2.d) del Estatuto del Estudiante Universitario que establece el deber de Abstenerse "de la utilización o cooperación en procedimientos fraudulentos en las pruebas de evaluación, en los trabajos que se realicen o en documentos oficiales de la universidad".

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Distribución turística/O04G240V01401

Promoción turística/O04G240V01405

Investigación de mercados turísticos/O04G240V01602

Atención al cliente/O04G240V01902

E-marketing en el sector turístico/O04G240V01904

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Empresa: Dirección y gestión de entidades turísticas I/O04G240V01102

Empresa: Dirección y gestión de entidades turísticas II/O04G240V01203

Otros comentarios

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el estudiante en la materia y se concibe de forma flexible. En consecuencia, puede requerir reajustes al largo del curso académico promovidos por la dinámica de la clase y del grupo de destinatarios real, o por la relevancia de las situaciones que pudieran surgir. Asimismo, se facilitará a los estudiantes la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

Ante cualquier contradicción que se hubiera podido dar entre las distintas versiones de la guía, motivadas por algún fallo en la traducción, la versión que prevalecerá es la que está en gallego.