Facultad de Economía,
Empresa y Turismo
Universidad de La Laguna

Facultad de Economía, Empresa y Turismo

Grado en Turismo

ADENDA A LA GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA:

Marketing Turístico
(2019 - 2020)

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Marketing Turístico	Código: 169022105

- Titulación: **Grado en Turismo**
- Curso: **2**
- Duración: **Primer cuatrimestre**

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: DESIDERIO GUTIERREZ TAÑO

- Grupo: **ÚNICO**

General
- Nombre: **DESIDERIO**
- Apellido: **GUTIERREZ TAÑO**
- Departamento: **Dirección de Empresas e Historia Económica**
- Área de conocimiento: **Comercialización e Investigación de Mercados**

Contacto
- Teléfono 1: **922316502. Ext. 6963**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **dgtano@ull.es**
- Correo alternativo:
- Web: **http://www.campusvirtual.ull.es**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Tipo de tutoría	Medio o canal

Observaciones:

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Tipo de tutoría	Medio o canal
Todo el cuatrimestre		Lunes	09:00	11:00	Telemática	Google Meet
Todo el cuatrimestre		Martes	08:30	10:30	Telemática	email
Todo el cuatrimestre		Miércoles	08:30	10:30	Telemática	email

Observaciones:

7. Metodología no presencial

Actividades formativas no presenciales

Actividades formativas	Equivalencia GD

Comentarios

Asignatura del primer cuatrimestre.

9. Sistema de evaluación y calificación no presencial

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Ponderación
Pruebas objetivas	50,00 %
Resolución de casos prácticos	50,00 %

Comentarios

Marketing Turístico (asignatura del primer cuatrimestre)

Sistema de evaluación convocatoria de julio: Examen único online a través del aula virtual en la fecha prevista con dos partes: una teórica y otra práctica (La parte práctica se les sigue guardando la nota obtenida en evaluación continua en convocatorias anteriores).

Parte teórica (50%):

Examen tipo test online a trevés de la aula virtual de 20 preguntas con 4 opciones de única respuesta restando un 33,33% de cada respuesta incorrecta.
Examen organizado en 5 bloques secuenciales de 4 preguntas.
Tiempo máximo: 30’

Parte práctica (50%): Sólo para los que no la tengan superada en evaluación continua

1. Caso marketing: A partir del caso práctico trabajado en clase (Sea Goddess Cruises), se realizarán 10 preguntas tipo test con 4 opciones de única respuesta restando un 33,33% de cada respuesta incorrecta. (15’) (25%).
2. Caso producto: enlace a ejemplo de producto turístico innovador y deben cumplimentar el lienzo de la propuesta de valor (30’) (25%).