

Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife Grado en Turismo (EUTUR)

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA (ESCENARIO 1):

**Marketing Turístico
(2021 - 2022)**

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Marketing Turístico	Código: 519452105
<ul style="list-style-type: none">- Centro: Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife- Lugar de impartición: Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife- Titulación: Grado en Turismo (EUTUR)- Plan de Estudios: 2009 (Publicado en 2010-11-22)- Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas- Itinerario / Intensificación:- Departamento/s: Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife- Área/s de conocimiento: Economía, Contabilidad y Dirección de Empresas Geografía, Historia del Arte, Prehistoria, Antropología e Historia Antigua- Curso: 2- Carácter: Obligatoria- Duración: Primer cuatrimestre- Créditos ECTS: 6,0- Modalidad de impartición: Presencial- Horario: Enlace al horario- Dirección web de la asignatura: http://eutur.es/- Idioma: Castellano	

2. Requisitos para cursar la asignatura

No se ha descrito

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: IVÁN GÓMEZ MARFIL
- Grupo:
General <ul style="list-style-type: none">- Nombre: IVÁN- Apellido: GÓMEZ MARFIL- Departamento: Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife- Área de conocimiento: Geografía, Historia del Arte, Prehistoria, Antropología e Historia Antigua

Contacto

- Teléfono 1: **922225006**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **IvanGMarfil@gmail.com**
- Correo alternativo: **ivan.gomezmarfil@eutur.es**
- Web: **www.eatur.es**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	08:00	09:00	Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife - EUTSC	

Observaciones: La tutoría se realizará de manera on-line.

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	08:00	09:00	Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife - EUTSC	

Observaciones: La tutoría se realizará de manera on-line.

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Módulo 2. Gestión de Empresas Turísticas**

Perfil profesional: **Capacitar al alumno para analizar y desarrollar estrategias comerciales en el ámbito de la empresa y/u organización turística.**

5. Competencias

Competencias Específicas del Título (CE):

CE6.1 - Conocer las particularidades del servicio turístico.

CE6.2 - Conocer los diferentes tipos de clientes y sus necesidades.

CE6.3 - Conocer los diferentes aspectos y técnicas de comunicación externa (captación, atención y fidelización).

CE7.1 - Conocer y reconocer los principales agentes que actúan en el mercado turístico nacional e internacional:

Administraciones Públicas, empresas de proveedores finales, agentes de distribución y mediación, organizaciones no

gubernamentales, sociedad civil, etc.

CE11.1 - Conocer las teorías y conceptos básicos en marketing turístico como: demanda, comportamiento del consumidor, mercado, segmentación, posicionamiento.

CE11.2 - Conocer las herramientas y aplicaciones básicas como: investigación de mercados o plan de marketing, creación de productos turísticos, determinación de precios, comunicación y distribución.

CE13.1 - Conocer los elementos y flujos del proceso de comunicación.

CE13.2 - Conocer las principales técnicas de negociación.

CE13.3 - Conocer las principales técnicas de comunicación aplicables a las organizaciones turísticas.

CE13.4 - Conocer los principios básicos del protocolo y de las relaciones públicas.

Competencias Generales del Título (CG):

CG6 - Tener una marcada orientación de servicio al cliente.

CG7 - Reconocer los principales agentes turísticos.

CG11 - Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.

CG13 - Manejar técnicas de comunicación.

Competencias Básicas del Título (CB):

CB1 - 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.

CB2 - 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.

CB3 - 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.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

Profesor/a: Iván Gómez Marfil

Temas:

1. El concepto de marketing en turismo
2. Marketing de servicios
3. Análisis del entorno, los mercados turísticos y la demanda turística
4. El plan de marketing
5. Comportamiento del consumidor en turismo
6. Segmentación, selección del público objetivo y posicionamiento
7. El producto turístico

- 8. Política de precios
- 9. La promoción turística
- 10. Canales de distribución en turismo

Actividades a desarrollar en otro idioma

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

El desarrollo de la asignatura se apoyará en las clases teóricas que se desarrollarán mediante la exposición del profesor sobre el contenido de cada uno de los temas tratando de orientar la comprensión y el estudio de la materia.

Se plantearán casos prácticos correspondientes al marketing turístico planteando actividades a desarrollar por el alumnado.

()En caso que no sea posible mantener el porcentaje de presencialidad de todas las actividades formativas programadas en esta asignatura, en atención a las medidas de seguridad y distanciamiento físico previstas por el Ministerio de Sanidad, primarán las actividades prácticas de la materia y las realizadas en grupos pequeños (seminarios/talleres), realizándose en su caso las clases teóricas de manera virtual, y se informará al estudiantado con carácter previo a través del aula virtual de la asignatura.*

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	22,50	33,75	56,25	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE13.4], [CE13.3], [CE13.2], [CE13.1], [CE11.2], [CE11.1], [CE7.1], [CE6.3], [CE6.2], [CE6.1]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	30,00	45,00	75,0	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE13.4], [CE13.3], [CE13.2], [CE13.1], [CE11.2], [CE11.1], [CE7.1], [CE6.3], [CE6.2], [CE6.1]

Realización de seminarios u otras actividades complementarias	4,50	6,75	11,25	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE13.4], [CE13.3], [CE13.2], [CE13.1], [CE11.2], [CE11.1], [CE7.1], [CE6.3], [CE6.2], [CE6.1]
Realización de exámenes	3,00	4,50	7,5	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE13.4], [CE13.3], [CE13.2], [CE13.1], [CE11.2], [CE11.1], [CE7.1], [CE6.3], [CE6.2], [CE6.1]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
Total ECTS			6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

MAD COMUNICACIÓN (2007): Todo Marketing y más...FC Editorial, Madrid.
SERRA, A. (2011): Marketing Turístico. Pirámide - Esic, Madrid.

Bibliografía Complementaria

MARTÍ PARREÑO, J. (2009): Marketing y publicidad en internet. Starbook, Madrid. DE LA BALLINA, F.J (2017): Marketing turístico aplicado. Editorial Esic.

Otros Recursos

Recursos que se publicarán en el aula virtual de la asignatura. Lecturas que se proporcionarán durante el curso.

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

Se ofertarán dos modalidades de evaluación:

EVALUACIÓN CONTINUA

El sistema de evaluación continua consiste en la realización de actividades (30%) y un examen final (70%). La puntuación obtenida en la evaluación continua se mantendrá durante todo el curso académico. La superación de la asignatura exigirá el cumplimiento de las siguientes condiciones:

- 1.- Entrega obligatoria de las actividades propuestas durante el curso y aprobarlas (30%)
- 2.- Aprobar el examen final (70%)
- 3.- Asistir como mínimo al 80% de las clases.

ALUMNADO QUE NO SE ACOJA A LA EVALUACIÓN CONTINUA

Esta fórmula de evaluación consiste en la realización de un examen en convocatoria oficial, compuesto por una prueba teórica y una prueba práctica:

1. Trabajo de la asignatura (30% nota final). La presentación del trabajo es imprescindible para poder presentarse al examen
2. Examen (70% nota final).

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE13.4], [CE13.3], [CE13.2], [CE13.1], [CE11.2], [CE11.1], [CE7.1], [CE6.3], [CE6.2], [CE6.1]	Dominio de los conocimientos teórico y operativos de la materia	70,00 %
Trabajos y proyectos	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE13.4], [CE13.3], [CE13.2], [CE13.1], [CE11.2], [CE11.1], [CE7.1], [CE6.3], [CE6.2], [CE6.1]	Entrega de los informes sobre los casos prácticos o de otras actividades planteadas en las sesiones prácticas. Los informes serán evaluados en cuanto a calidad, estructuración, contenido y presentación.	30,00 %

10. Resultados de Aprendizaje

- Aptitud para trabajar en equipo y enfrentarse a situaciones problemáticas de manera colectiva.
- Capacidad para aplicar la teoría a un problema práctico aportando soluciones.
- Desarrollar específicamente planificación de actividades de marketing en el ámbito de los destinos como de productos tanto desde la Administración Pública como de la empresa privada.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

En las guías docentes la planificación temporal de la programación sólo tiene la intención de establecer unos referentes u orientaciones para presentar la materia atendiendo a unos criterios cronológicos; sin embargo son solamente a título estimativo, de modo que el profesorado puede modificar – si así lo demanda el desarrollo de la materia – dicha planificación temporal.

Primer cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Tema 1	Clase teórica	4.00	6.00	10.00
Semana 2:	Tema 2	Clase teórica y práctica.	4.00	6.00	10.00
Semana 3:	Tema 3	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 4:	Tema 3	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 5:	Tema 4	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 6:	Tema 4	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 7:	Tema 5	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 8:	Tema 6	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 9:	Tema 6	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 10:	Tema 7	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 11:	Tema 8	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 12:	Tema 9	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 13:	Tema 10	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 14:	Tema 10	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 15:	Evaluación	Seguimiento y supervisión de la evaluación	4.00	6.00	10.00
Semana 16 a 18:	Sin docencia	Seguimiento y supervisión de evaluación continua / También puede ser tutorización	0.00	0.00	0.00
Total			60.00	90.00	150.00