

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

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

**Marketing Turístico
(2023 - 2024)**

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 de matrícula y calificación

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.eutur.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

Se utilizarán en clase contenidos (vídeos, lecturas, charlas ...) en inglés, tanto teóricos como prácticos (5%).

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

La metodología que se aplicará para la consecución de los objetivos didácticos de la asignatura combinará:

- Explicación de conceptos de marketing
- Realización de trabajos y casos prácticos en equipo
- Realización de tareas de forma individual: Lecturas, ejercicios prácticos, casos y análisis de material audiovisual, ...

El desarrollo de la asignatura se apoyará en el aula correspondiente del campus virtual, donde se encontrarán los materiales utilizados, casos, tareas, ejercicios, ...

El desarrollo de casos y trabajos se realizarán en equipo. Al principio del curso el profesor formará los equipos de trabajo.

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	[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

De la Ballina, F.J (2017): Marketing turístico aplicado. Editorial Esic.

MAD COMUNICACIÓN (2007): Todo Marketing y más...FC Editorial, Madrid.

SERRA, A. (2011): Marketing Turístico. Pirámide - Esic, Madrid.

Bibliografía Complementaria

Kotler P. y Amstron G (2017): Fundamentos de Marketing Ed 13 Person (o ediciones previas)

Chias, J (2013) El negocio de la felicidad: Desarrollo y marketing turístico de países, regiones, ciudades y lugares Ed.Esic

Fundamentos de marketing. Diego Monferrer Tirado. Edita: Publicacions de la Universitat Jaume I.

http://www.ingebook.com/accedys2.bbt.ull.es/ib/NPcd/IB_Escritorio_Visualizar?cod_primaria=1000193&libro=6574

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

Evaluación basada en el reglamento vigente de la ULL

La evaluación de esta asignatura se planifica de acuerdo al Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna (ULL) vigente durante el curso 2023 - 2024.

Todo el alumnado está sujeto a evaluación continua en la primera convocatoria de la asignatura. No obstante, el estudiantado puede optar a la evaluación única durante el transcurso de la asignatura, siempre que no haya realizado el 50% de las actividades y/o pruebas computadas en la evaluación continua. Para optar a la evaluación única el alumnado deberá de comunicarlo al correo electrónico del profesor, disponible en el campus virtual de la asignatura.

ASPECTOS COMUNES PARA AMBOS MODELOS DE EVALUACIÓN

- En ningún caso se guardan o reservan calificaciones para cursos de años posteriores
- La evaluación se adaptará a las condiciones de alumnos con necesidades especiales

Evaluación continua:

Se establece como requisito para superar la evaluación continua: la asistencia activa mínima al 80% de las clases teóricas y prácticas, la presentación de todas las tareas y pruebas y tener aprobadas las 2 partes, práctica y teórica, que se describen a continuación.

1) Parte práctica de evaluación continua (50%) (a lo largo del curso)

a) Trabajo en equipo:

- 1.1) Caso práctico (tareas, informe, presentación, defensa ...) (13%)
- 1.2) Desarrollo de producto innovador (tareas, informe, presentación, ...) (13%)

b) Trabajo individual:

- 1.3) Test del caso práctico (8%)
- 1.4) Test de metodología desarrollo producto innovador (8%)
- 1.5) Trabajo de la "actividad" (8%)

2) Parte teórica-conceptual de evaluación continua (50%) (examen final)

Se evaluará mediante prueba (teórica-conceptual-aplicación práctica) con preguntas tipo test multirrespuesta y/o preguntas cortas de desarrollo (1). Esta prueba se realizará en la misma fecha oficial de la convocatoria única.

Evaluación única:

Prueba evaluativa de convocatoria única en fecha oficial. Se evaluará una parte teórica-conceptual y una parte de aplicación-práctica. Es necesario aprobar las dos partes para superar la asignatura.

1) Parte teórica-conceptual (50%)

Se evaluará mediante prueba (teórica-conceptual-aplicación práctica) con preguntas tipo test multirrespuesta y/o preguntas cortas de desarrollo (1).

2) Parte práctica (50%)

- Caso práctico
- Descripción y análisis producto turístico innovador
- Test del caso práctico del curso
- Test de metodología desarrollo producto innovador
- Test o pregunta sobre la "actividad" realizada en el curso

Especificaciones generales

(1) Características de las pruebas evaluativas referidas a test y a preguntas cortas:

En los test multirrespuesta, cada pregunta tendrá 4 opciones de respuesta de las cuales puede ser correcta una o dos. Si se

deja sin contestar o se selecciona alguna respuesta incorrecta, la pregunta vale 0 (no resta) y si solo se marca una respuesta correcta cuando haya 2, la pregunta vale el 25%.

En los test de respuesta única, las preguntas incorrectas restan el 33,3%.

En las preguntas tipo test tanto de respuesta única como de multirespuesta, también se podrá incluir la solicitud de una breve justificación de la respuesta.

Las preguntas cortas son para desarrollar en un párrafo aproximadamente en un máximo de 150 palabras.

Contenidos de las preguntas: teóricas o de supuestos de aplicación práctica. Pueden ser de contenidos del temario y material de clase, o también preguntas que se hacen después de visionar un vídeo, lectura de texto o cualquier otro recurso.

En caso de que el test se realice mediante cuestionario alojado en aula virtual, la organización de las preguntas será aleatoria y de forma secuencial una a una.

(2) Calificación:

Si la media de la calificación de la asignatura es igual o superior a 5,0 pero no superase alguno de los requisitos mínimos contemplados, no se superará la asignatura y la calificación en el acta es la nota de la parte no superada o en su caso de un 3.

(3) Mantenimiento de las calificaciones de evaluación continua:

Para la evaluación única en primera y segunda convocatoria, se mantendrá la calificación obtenida en la parte práctica de la evaluación continua de la asignatura en caso de estar superada.

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]	Test multirespuesta y/o preguntas cortas teórico-prácticas basadas en la bibliografía básica, los temas y complementos explicados por el profesor en clase.	50,00 %
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]	Desarrollo de producto innovador (tareas, informe, presentación, ...) (13%)	13,00 %

Informes memorias de prácticas	[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]	Caso práctico (tareas, informe, presentación, defensa ...) (13%)	13,00 %
Pruebas objetivas evaluación práctica	[CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [CE13.1], [CE13.2], [CE13.3], [CG13], [CE6.2], [CG6], [CE6.1], [CE6.3], [CE13.4], [CE11.2], [CE11.1], [CE7.1], [CG7], [CG11]	Test del caso práctico (8%) Test de metodología desarrollo producto innovador (8%)	16,00 %
Trabajo sobre actividad	[CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5], [CE13.1], [CE13.2], [CE13.3], [CG13], [CE6.2], [CG6], [CE6.1], [CE6.3], [CE13.4], [CE11.2], [CE11.1], [CE7.1], [CG7], [CG11]	Trabajo individual sobre la "actividad" (8%)	8,00 %

10. Resultados de Aprendizaje

Al final de esta asignatura se espera que el estudiante sea capaz de:

- 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:	1	Clase teórica	4.00	6.00	10.00
Semana 2:	2	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 3:	3	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 4:	3	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 5:	4	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 6:	4	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 7:	5	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 8:	6	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 9:	6	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 10:	7	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 11:	8	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 12:	9	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 13:	10	Clase teórica y práctica	4.00	6.00	10.00
Semana 14:	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