



Guía docente de la asignatura:



Titulación: GRADO EN TURISMO

Curso: 1º

CSV:	L2U2DbfWG8aZyAPKcCJVsaR0y	Fecha:	16/01/2019 13:17:34	
Normativa:	Este documento es copia auténtica imprimible de un documento administrativo firmado electrónicamente y archivado por la Universidad Politécnica de Cartagena.			
Firmado Por:	Universidad Politécnica de Cartagena - Q8050013E			
Url Validación:	https://validador.upct.es/csv/L2U2DbfWG8aZyAPKcCJVsaR0y	Página:	1/10	

1. Datos de la asignatura

Nombre	Marketing Turístico				
Materia*	Economía				
Módulo*	Comercialización e Investigación de Mercados				
Código	520101008				
Titulación	Grado en Turismo				
Plan de estudios	2017				
Centro	Facultad de Ciencias de la Empresa				
Tipo	Obligatoria				
Periodo lectivo	2º cuatrimestre	Cuatrimestre	2º	Curso	1º
Idioma	Castellano/Inglés				
ECTS	6	Horas / ECTS	25	Carga total de trabajo (horas)	150

* Todos los términos marcados con un asterisco que aparecen en este documento están definidos en *Referencias para la actividad docente en la UPCT y Glosario de términos*:

<http://repositorio.bib.upct.es/dspace/bitstream/10317/3330/1/isbn8469531360.pdf>

2. Datos del profesorado

Profesor responsable	Soledad Zapata Agüera		
Departamento	Economía de la Empresa		
Área de conocimiento	Comercialización e Investigación de Mercados		
Ubicación del despacho	218A		
Teléfono	+34 968 325733	Fax	+34 968 327008
Correo electrónico	Soledad.zapata@upct.es		
URL / WEB			
Horario de atención / Tutorías	Jueves (12-13.30), Viernes(12 a 13.30)		
Ubicación durante las tutorías	218A		

Titulación	Licenciada en Ciencias de la Información, especialidad Publicidad y Relaciones Públicas
-------------------	---

Vinculación con la UPCT	Profesor Sustituto
Año de ingreso en la UPCT	2001
Nº de quinquenios (si procede)	5
Líneas de investigación (si procede)	-Publicidad -Patrocinio deportivo -Comportamiento del consumido
Nº de sexenios (si procede)	
Experiencia profesional (si procede)	23 años
Otros temas de interés	

Profesor responsable	Enrique Flores López		
Departamento	Economía de la Empresa		
Área de conocimiento	Comercialización e Investigación de Mercados		
Ubicación del despacho	despacho 2ª planta. Dpto. Economía de Empresa. Despacho 222. Figura el nombre del profesor en la puerta Teléfono		
Teléfono	+34 968 325617	Fax	+34 968 327008
Correo electrónico	Enrique.flores@upct.es		
URL / WEB			
Horario de atención / Tutorías	Lunes, de 9 a 10 y de 13 a 14 Martes, de 9 a 10 y de 13 a 14 Miércoles, de 9 a 10 y de 13 a 14 Jueves, de 17 a 18 Ubicación		
Ubicación durante las tutorías	222		

Titulación	Diplomado en Ciencias Empresariales (UMU) Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales (UMU) Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales (UMU)
Vinculación con la UPCT	Profesor Titular de Escuela Universitaria
Año de ingreso en la UPCT	Desde su creación, en 1998
Nº de quinquenios (si procede)	5
Líneas de investigación (si procede)	-Publicidad -Publicidad internacional

	-Marketing internacional
Nº de sexenios (si procede)	
Experiencia profesional (si procede)	23 años
Otros temas de interés	

3. Descripción de la asignatura

3.1. Descripción general de la asignatura

Formación necesaria para iniciarse en el marketing turístico

3.2. Aportación de la asignatura al ejercicio profesional

Con esta asignatura se pretende dotar a los alumnos de los conocimientos y herramientas necesarias para iniciarse en el marketing turístico

3.3. Relación con otras asignaturas del plan de estudios

La materia de Marketing Turístico, se completa con Marketing de Servicios Turísticos para las EIT

3.4. Incompatibilidades de la asignatura definidas en el plan de estudios

No las hay

3.5. Recomendaciones para cursar la asignatura

Estar dispuesto a trabajar en equipo

3.6. Medidas especiales previstas

El alumno que, por sus circunstancias, pueda necesitar de medidas especiales debe comunicárselo al profesoral principio del cuatrimestre

4. Competencias y resultados del aprendizaje

4.1. Competencias básicas* del plan de estudios asociadas a la asignatura

CG3-Integrarse en cualquier organización turística adoptando una orientación hacia el cliente y estableciendo relaciones satisfactorias basadas en la generación de conocimiento y el manejo de técnicas de comunicación

4.2. Competencias generales del plan de estudios asociadas a la asignatura

CB1-Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudios que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a nivel, que si bien apoya en libro de textos avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

4.3. Competencias específicas* del plan de estudios asociadas a la asignatura

CE7- Analizar los fundamentos del marketing turístico así como definir objetivos, estrategias y políticas comerciales

4.4. Competencias transversales del plan de estudios asociadas a la asignatura

CT2-Trabajar en equipo

CT7-Diseñar y emprender proyectos innovadores

4.5. Resultados** del aprendizaje de la asignatura

1. Trabajar en equipo
2. Diseñar y emprender proyectos innovadores.
3. Describir qué es el marketing y reflexionar sobre las principales críticas y defensas que se hacen del mismo.
4. Identificar las distintas políticas de marketing que puede desarrollar una empresa.
5. Diferenciar los tipos de mercado y sus características principales
6. Recocer las estrategias de segmentación
7. Identificar los múltiples factores del entorno.
8. Describir las etapas de desarrollo de plan de marketing
9. Diferenciar las estrategias de crecimiento, diferenciación y competitivas de marketing.

**** Véase también la *Guía de apoyo para la redacción, puesta en práctica y evaluación de los resultados del aprendizaje*, de ANECA:**

http://www.aneca.es/content/download/12765/158329/file/learningoutcomes_v02.pdf

5. Contenidos

5.1. Contenidos del plan de estudios asociados a la asignatura

Relacionada con la asignatura Marketing de Servicios Turísticos para las EIT

5.2. Programa de teoría (unidades didácticas y temas)

- 1- Introducción al marketing turístico
- 2- El análisis del entorno de marketing
- 3- Comportamiento del consumidor
- 4- Segmentación de mercados turísticos
- 5- La planificación estratégica de marketing

5.3. Programa de prácticas (nombre y descripción de cada práctica)

Práctica 1: Relacionada con la unidad 1
Práctica 2: Relacionada con la unidad 2 (análisis DAFO)
Práctica 3: Relacionada con la unidad 3 y 4
Práctica 5.: Relacionada con la unidad 5

Prevención de riesgos

La Universidad Politécnica de Cartagena considera como uno de sus principios básicos y objetivos fundamentales la promoción de la mejora continua de las condiciones de trabajo y estudio de toda la Comunidad Universitaria.

Este compromiso con la prevención y las responsabilidades que se derivan atañe a todos los niveles que integran la Universidad: órganos de gobierno, equipo de dirección, personal docente e investigador, personal de administración y servicios y estudiantes.

El Servicio de Prevención de Riesgos Laborales de la UPCT ha elaborado un "Manual de acogida al estudiante en materia de prevención de riesgos" que puedes encontrar en el Aula Virtual, y en el que encontraras instrucciones y recomendaciones acerca de cómo actuar de forma correcta, desde el punto de vista de la prevención (seguridad, ergonomía, etc.), cuando desarrolles cualquier tipo de actividad en la Universidad. También encontrarás recomendaciones sobre cómo proceder en caso de emergencia o que se produzca algún incidente.

En especial, cuando realices prácticas docentes en laboratorios, talleres o trabajo de campo, debes seguir todas las instrucciones del profesorado, que es la persona responsable de tu seguridad y salud durante su realización. Consúltale todas las dudas que te surjan y no pongas en riesgo tu seguridad ni la de tus compañeros.

5.4. Programa de teoría en inglés (unidades didácticas y temas)

1- Introduction to tourism marketing
2- Analysis of the marketing environment
3- Consumer behavior
4- Segmentation of tourist markets
5- Strategic marketing planning

5.5. Objetivos del aprendizaje detallados por unidades didácticas

Unidad 1: Adquirir conocimientos básicos sobre el marketing
Unidad 2: Poder realizar un análisis del entorno de la empresa turística
Unidad 3: Aprender sobre el comportamiento del consumidor turístico
Unidad 4: Mostrar las técnicas de segmentación en el mercado turístico
Unidad 5: Enseñar cómo se realiza un plan de marketing

6. Metodología docente

6.1. Metodología docente*

Actividad*	Técnicas docentes	Trabajo del estudiante	Horas
Clase de teoría	Clase expositiva. Resolución de dudas planteadas por Los estudiantes	<u>Presencial</u> : Toma de apuntes. Planteamiento de dudas	37.5
		<u>No presencial</u> : Estudio de la materia	7.5

Resolución de casos prácticos	Mediante aprendizaje grupal y cooperativo, se plantea la resolución de casos, y Se potenciará en clase la Participación de los estudiantes	Presencial: Participación activa. Resolución de casos. Planteamiento de dudas	15
		No presencial: Resolución de los casos propuestos por el profesor.	0
Trabajo grupal cooperativo	Motivación y orientación para la realización del trabajo grupal, desarrollando un plan de marketing para una empresa turística	Presencial: exposición de trabajos	5
		No presencial: realización de trabajos	25
Tutorías	Resolución de dudas sobre teoría, la resolución de casos prácticos y los trabajos de aprendizaje cooperativo	Presencial: Planteamiento de dudas en horario de tutorías	5
		No presencial: Planteamiento de dudas a través del correo electrónico	0
Estudio de la materia	Estudio independiente del/la estudiante y realización de pruebas escritas y/u orales, etc	Presencial:	
		No presencial	55
			150

6.2. Resultados (4.5) / actividades formativas (6.1)

Resultados del aprendizaje (4.5)										
Actividades formativas (6.1)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Lección magistral con apoyo de las TICs	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Resolución de casos prácticos	x	x	x	x			x	x		
Trabajo grupal cooperativo	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Estudio de la materia	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Estudio de la materia	x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Tutorías	x		x	x	x		x	x	x	

7. Metodología de evaluación

7.1. Metodología de evaluación*

Actividad	Tipo		Sistema y criterios de evaluación*	Peso (%)	Resultados (4.5) evaluados
	Sumativa*	Formativa*			
Evaluación Continua	x	x	Trabajos y exposiciones	40%	Del 1 al 9
Examen Teórico	x	x	Examen escrito de contenidos teórico prácticos	60%	Del 1 al 9

Tal como prevé el artículo 5.4 del *Reglamento de las pruebas de evaluación de los títulos oficiales de grado y de máster con atribuciones profesionales* de la UPCT, el estudiante en el que se den las circunstancias especiales recogidas en el Reglamento, y previa solicitud justificada al Departamento y admitida por este, tendrá derecho a una prueba global de evaluación. Esto no le exime de realizar los trabajos obligatorios que estén recogidos en la guía docente de la asignatura.

7.2. Mecanismos de control y seguimiento (opcional)

8 Bibliografía y recursos

8.1. Bibliografía básica*

KOTLER, PH., AMSTRONG, G., SAUNDERS, J., WONG, V., MIQUEL, S., BIGNÉ, E., CÁMARA, D. (2000). Introducción al Marketing. 2ª Edición Europea. Madrid: Prentice Hall.

SERRA CANTALLOPS, A. (2008). Marketing turístico. Madrid: Ediciones PirámideEsic.

8.2. Bibliografía complementaria*

ALTÉS MACHÍN, C. (2001). Marketing y turismo. Introducción al marketing de empresas y destinos turísticos. Madrid: Editorial Síntesis.

GONZÁLEZ, E. y ALÉN, E. (2005). Casos de Dirección de Marketing. Madrid: Prentice Hall.

KOTLER, PH., LANE, K., CÁMARA, D., MOLLÁ, A. (2006). Dirección de Marketing. 12ª Edición. Madrid: Prentice Hall.

KOTLER, PH. (2004). Marketing. 10ª Edición. Madrid: Prentice Hall.

LOVELOCK, CH. (1997). Mercadotecnia de Servicios. 3ª Edición. Madrid: Prentice Hall.

MALHOTRA, N. (2004). Investigación de Mercados. Madrid: Prentice Hall.

SAINZ DE VICUÑA, J.M. (2004). El Plan de Marketing en la Práctica. 9ª Edición. Madrid: ESIC Editorial.

8.3. Recursos en red y otros recursos

Contenidos en el Aula Virtual