



| Guía Docente          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                    |                |           |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------------|-----------|
| Datos Identificativos |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                    | 2015/16        |           |
| Asignatura (*)        | Márketing Turístico                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                    | Código         | 662G01016 |
| Titulación            | Grao en Turismo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                    |                |           |
| Descriptoros          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                    |                |           |
| Ciclo                 | Período                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Curso              | Tipo           | Créditos  |
| Grao                  | 2º cuatrimestre                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Segundo            | Obrigatoria    | 6         |
| Idioma                | CastelánGalego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                    |                |           |
| Modalidade docente    | Presencial                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                    |                |           |
| Prerrequisitos        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                    |                |           |
| Departamento          | Análise Económica e Administración de Empresas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                    |                |           |
| Coordinación          | Abeal Vazquez, Jose Pablo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Correo electrónico | j.abéal@udc.es |           |
| Profesorado           | Abeal Vazquez, Jose Pablo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Correo electrónico | j.abéal@udc.es |           |
| Web                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                    |                |           |
| Descrición xeral      | <p>O obxectivo desta materia é proporcionar ao alumno os coñecementos esenciais sobre a mercadotecnia para que poida aplicalos profesionalmente no sector turístico, dende o ámbito estratéxico como operativo.</p> <p>Neste sentido, trátase de que o alumno coñeza e interiorice:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. O papel da mercadotecnia na estratexia da empresa turística.</li><li>2. As principais técnicas, procesos e funcións da mercadotecnia aplicadas ao sector turístico.</li><li>3. Os instrumentos da mercadotecnia mix turística: produto, prezo, distribución e comunicación.</li><li>4. Os elementos básicos para a elaboración do plan de mercadotecnia.</li><li>5. A investigación e planificación comercial.</li></ol> <p>O contido da materia estrutúrase en tres partes: 1) Conceptos básicos e plan de mercadotecnia; 2) mercadotecnia estratéxica; e 3) mercadotecnia operativa.</p> |                    |                |           |

| Competencias do título |                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código                 | Competencias do título                                                                                                                                                                                                                                 |
| A5                     | Converter un problema empírico nun obxecto de investigación e elaborar conclusións.                                                                                                                                                                    |
| A11                    | Definir obxectivos, estratexias e políticas comerciais.                                                                                                                                                                                                |
| A24                    | Utilizar e analizar as tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) nos distintos ámbitos do sector turístico.                                                                                                                                  |
| A26                    | Planificar e xestionar os recursos humanos das organizacións turísticas.                                                                                                                                                                               |
| A33                    | Creatividade.                                                                                                                                                                                                                                          |
| A34                    | Iniciativa e espírito emprendedor.                                                                                                                                                                                                                     |
| B1                     | Capacidade de análise e síntese.                                                                                                                                                                                                                       |
| B2                     | Comunicación oral e escrita en lingua nativa.                                                                                                                                                                                                          |
| B3                     | Resolución de problemas.                                                                                                                                                                                                                               |
| B4                     | Razoamento crítico.                                                                                                                                                                                                                                    |
| B5                     | Compromiso ético.                                                                                                                                                                                                                                      |
| B6                     | Aprendizaxe autónoma.                                                                                                                                                                                                                                  |
| B7                     | Adaptación a novas situacións.                                                                                                                                                                                                                         |
| C1                     | Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.                                                                                                                                               |
| C2                     | Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro.                                                                                                                                                                    |
| C3                     | Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.                                                                        |
| C4                     | Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común. |
| C5                     | Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.                                                                                                                                               |



|    |                                                                                                                                               |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| C6 | Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.             |
| C7 | Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.                                                              |
| C8 | Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade. |

| Resultados da aprendizaxe |  |                                        |                                              |
|---------------------------|--|----------------------------------------|----------------------------------------------|
| Resultados de aprendizaxe |  | Competencias do título                 |                                              |
| Básicas e xerais          |  | B1<br>B2<br>B3<br>B4<br>B5<br>B6<br>B7 |                                              |
| Transversais / Nucleares  |  |                                        | C1<br>C2<br>C3<br>C4<br>C5<br>C6<br>C7<br>C8 |
| Específicas               |  | A5<br>A11<br>A24<br>A26<br>A33<br>A34  |                                              |

| Contidos                                        |                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Temas                                           | Subtemas                                                                                                                                                                                                                 |
| PARTE I: INTRODUCCIÓN E CONCEPTOS BÁSICOS       |                                                                                                                                                                                                                          |
| TEMA 1: INTRODUCCIÓN O MARKETING TURÍSTICO      | 1.1 CONCEPTO DE MARKETING TURÍSTICO<br>1.2 ORIXES E EVOLUCIÓN DO MARKETING EN TURISMO<br>1.3 MARKETING ESTRATÉXICO VS MARKETING OPERATIVO<br>1.4 APLICACIÓNS DO MARKETING EN TURISMO                                     |
| TEMA 2: O PLAN DE MARKETING                     | 2.1 FASES DO PLAN DE MARKETING<br>2.2 DESEÑO, DESENVOLVEMENTO E IMPLEMENTACION                                                                                                                                           |
| PARTE II: MARKETING ESTRATÉXICO                 |                                                                                                                                                                                                                          |
| TEMA 3: O ENTORNO DO MARKETING EN TURISMO       | 3.1 A DIRECCIÓN DO ENTORNO<br>3.2 ANÁLISE DO MICROENTORNO<br>3.3 ANÁLISIS DO MACROENTORNO<br>3.4 PRINCIPAIS ASPECTOS E TENDENCIAS NO ENTORNO TURÍSTICO<br>3.5 PRINCIPAIS DETERMINANTES E TENDENCIAS DA DEMANDA TURÍSTICA |
| TEMA 4: O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR TURÍSTICO | 4.1 O PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA<br>4.2 FACTORES QUE AFECTAN O COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR<br>4.3 AS ACTITUDES POSTERIORES A COMPRA                                                                                   |



|                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| TEMA 5: SEGMENTACIÓN DOS MERCADOS E ESTRATEXIAS DE POSICIONAMIENTO | 5.1 CONCEPTO DE SEGMENTACIÓN DO MERCADO<br>5.2 PROCESO XERAL DE SEGMENTACIÓN<br>5.3 CRITERIOS PARA SEGMENTAR MERCADOS<br>5.4 ESTRATEXIAS DE SELECCIÓN DO MERCADO OBXETIVO<br>5.5 O POSICIONAMIENTO                                                                                                          |
| TEMA 6: A INVESTIGACIÓN DE MERCADOS                                | 6.1 O SISTEMA DE INFORMACIÓN DO MARKETING<br>6.2 A INVESTIGACIÓN COMERCIAL: CONCEPTO E PROCESO METODOLÓXICO<br>6.3 FONTES DE INFORMACIÓN<br>6.4 TÉCNICAS DE RECOXIDA DE INFORMACIÓN DE FONTES PRIMARIAS                                                                                                     |
| PARTE III: MARKETING OPERATIVO                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| TEMA 7: O PRODUCTO TURÍSTICO                                       | 7.1 CONCEPTO DE PRODUCTO TURÍSTICO E NIVEIS<br>7.2 DESENVOLVEMENTO DE NOVOS PRODUCTOS<br>7.3 O CICLO DE VIDA DO PRODUCTO<br>7.4 DECISIÓNS SOBRE A MARCA                                                                                                                                                     |
| TEMA 8: O PREZO                                                    | 8.1 CONCEPTO E IMPORTANCIA DO PREZO<br>8.2 CONDICIONANTES NA FIXACIÓN DE PREZOS<br>8.3 MÉTODOS DE FIXACIÓN DE PREZOS<br>8.4 ESTRATEXIAS DE PREZOS                                                                                                                                                           |
| TEMA 9: A DISTRIBUCIÓN                                             | 9.1 A IMPORTANCIA DA DISTRIBUCIÓN COMO CANAL DE COMERCIALIZACIÓN<br>9.2 CONCEPTO, OBXETIVOS E FUNCIÓNS DOS CANÁIS DE DISTRIBUCIÓN<br>9.3 TIPOS DE CANÁIS DE DISTRIBUCIÓN NO SECTOR TURÍSTICO<br>9.4 OS INTERMEDIARIOS TURÍSTICOS<br>9.5 LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y SU INFLUENCIA EN LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA |
| TEMA 10: A COMUNICACIÓN E PROMOCIÓN                                | 10.1 O PROCESO DE DESENVOLVEMENTO DA COMUNICACIÓN<br>10.2 O MIX DE COMUNICACIÓN<br>10.3 NOVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN: WEB 2.0                                                                                                                                                                               |

| Planificación         |                                                         |                   |                                           |              |
|-----------------------|---------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------------|--------------|
| Metodoloxías / probas | Competencias                                            | Horas presenciais | Horas non presenciais / traballo autónomo | Horas totais |
| Estudo de casos       | A5 A11 A24 A26 A33<br>A34 B1 B2 B3 B4 B6<br>B7 C1 C5 C8 | 10                | 15                                        | 25           |
| Presentación oral     | A5 A11 A24 A26 A33<br>A34 B1 B2 B3 C1 C2<br>C3          | 2                 | 2                                         | 4            |
| Proba obxectiva       | A5 A11 A24 A26 A33<br>A34 B1 B2 B3 B4 C1<br>C2 C4 C8    | 2                 | 2                                         | 4            |
| Sesión maxistral      | A5 A11 A24 A26 A33<br>A34 B1 B2 B4 B5 C1<br>C6 C7 C8    | 23                | 34.5                                      | 57.5         |



|                        |                                                                     |    |      |      |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------|----|------|------|
| Traballos tutelados    | A5 A11 A24 A26 A33<br>A34 B1 B2 B3 B4 B5<br>B6 B7 C1 C2 C4 C5<br>C6 | 10 | 30   | 40   |
| Lecturas               | B1 B4 C5 C8                                                         | 5  | 12.5 | 17.5 |
| Atención personalizada |                                                                     | 2  | 0    | 2    |

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

| Metodoloxías        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Metodoloxías        | Descrición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Estudo de casos     | As actividades de estudo de casos versarán sobre a presentación de situacións centradas no ámbito da mercadotecnia turística para que o alumno logre aplicar os coñecementos adquiridos durante as sesións maxistrais, consiga unha participación máis activa e un maior achegamento á realidade.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Presentación oral   | Esta actividade consistirá na exposición verbal a través da cal o alumno e o profesor interactuar dun modo ordenado, propoñendo cuestións, facendo aclaracións e expoñendo temas, traballos, conceptos, feitos ou principios dunha forma dinámica.<br>Neste sentido, consistirá na exposición oral das opinións acerca das lecturas, a resolución de casos e a exposición do traballo tutelado realizado ao longo do curso.                                                                                                                                                                                                         |
| Proba obxectiva     | Consistirá na realización dun exame final a través dunha proba escrita que versará sobre aspectos teóricos, prácticos ou teórico-prácticos correspondentes aos temas desenvolvidos nas sesións maxistrais.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Sesión maxistral    | Desenvolveranse os contidos que conforman o marco teórico da materia mediante a exposición oral, guiada mediante o uso de presentacións con medios audiovisuais, e a través da introdución de cuestións dirixidas ao alumnado coa finalidade de favorecer a súa aprendizaxe.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Traballos tutelados | A partir dos diferentes temas explicados nas sesións maxistrais propoñerase a realización de traballos en grupo, que consistirán na aplicación práctica dos temas desenvolvidos na aula de cara a elaborar un plan de mercadotecnia ao final do curso.<br>Os traballos iniciaranse na aula e despois deberán ser completados mediante o traballo autónomo do alumnado, atendendo ás indicacións que se proporcionarán a través da atención personalizada do profesor aos diferentes grupos.<br>Para a realización destes traballos tomaranse como referencia tanto os materiais básicos da materia así como outros complementarios. |
| Lecturas            | Trátase dun conxunto de documentos para afondar nos contidos desenvolvidos nas sesións maxistrais e provocar así a discusión por parte do alumnado con respecto a diferentes temas relacionados coa mercadotecnia turística.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

| Atención personalizada                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Metodoloxías                                       | Descrición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Estudo de casos<br>Traballos tutelados<br>Lecturas | A atención personalizada que se describe en relación a estas metodoloxías concíbese como aqueles momentos de traballo presencial do alumno e profesor, polo que implican unha participación obrigatoria para o alumnado.<br>A forma e o momento en que se desenvolverán indicárase en relación a cada actividade ao longo do curso segundo o plan de traballo da materia. |

| Avaliación        |                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |               |
|-------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Metodoloxías      | Competencias                                            | Descrición                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Cualificación |
| Estudo de casos   | A5 A11 A24 A26 A33<br>A34 B1 B2 B3 B4 B6<br>B7 C1 C5 C8 | Valorarase: 1) A comprensión e exposición da situación presentada considerando a diversidade e complexidade dos factores; 2) A profundidade de análise atendendo ao marco teórico traballado na materia; 3) A idoneidade das propostas de acción e intervención como resposta á situación presentada. | 20            |
| Presentación oral | A5 A11 A24 A26 A33<br>A34 B1 B2 B3 C1 C2<br>C3          | Valorarase a claridade das opinións expostas en relación ás lecturas, a resolución de casos e a exposición dos traballos tutelados realizados ao longo do curso.                                                                                                                                      | 10            |



|                     |                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |    |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Proba obxectiva     | A5 A11 A24 A26 A33<br>A34 B1 B2 B3 B4 C1<br>C2 C4 C8                | Consistirá na realización dun exame final a través dunha proba escrita que versará sobre aspectos teóricos, prácticos ou teórico-prácticos correspondentes aos temas desenvolvidos ao longo do curso.<br>Para aprobar a materia é imprescindible que o alumno alcance o 50% do exame final. | 50 |
| Traballos tutelados | A5 A11 A24 A26 A33<br>A34 B1 B2 B3 B4 B5<br>B6 B7 C1 C2 C4 C5<br>C6 | Realización por grupos dun plan de mercadotecnia que consistirán na aplicación práctica dos temas desenvolvidos durante o curso.<br>Valorarase a súa orixinalidade, solidez analítica e a utilización dos recursos desenvolvidos na materia.                                                | 20 |

## Observacións avaliación

O sistema de avaliación realizarase segundo o establecido no apartado anterior, é dicir, a través do estudo de casos (20%), traballos tutelados (20%), presentación oral (10%) e proba obxectiva (50%). Para que o resto de cualificacións poidan sumarse á cualificación obtida no exame, é imprescindible que o alumno alcance o 50% da cualificación do exame final. Na convocatoria de Xullo realizarase a proba obxectiva e, se se supera o 50% nesta proba escrita, sumaráselle a cualificación obtida nos traballos tutelados, presentación oral e estudo de casos obtidos durante o curso.

## Fontes de información

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Bibliografía básica</b>         | ALTÉS, C. (2001): Marketing y Turismo, Síntesis, Madrid. BIGNÉ, J.E., FONT, X. y ANDREU, L. (2000): Marketing de destinos turísticos. ESIC, Madrid. BORJA, L., ANDREU, J. y BOSCH, R. (2007): El consumidor turístico. ESIC, Madrid. KOTLER, P. (2000): Dirección de Marketing. Prentice-Hall, Madrid. KOTLER, P., BOWEN, J. AND MAKENS, J. (2014): Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson, Essex. KOTLER, P., BOWEN, J. Y MAKENS, J. (2003): Marketing para Turismo. Prentice-Hall, Madrid. KOTLER, P., BOWEN, J. Y MAKENS, J. (1997): Mercadotecnia para hostelería y turismo. Prentice-Hall, Madrid. MALHOTRA, N.K. (2013): Basic Marketing Research. Pearson, Essex. MIGUEL, S., MOLLÁ, A. y BIGNÉ, J.E. (1994): Introducción al Marketing. McGraw-Hill, Madrid. MUÑOZ, F. (1997): Marketing Turístico. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid. PARRA, E. y CALERO, F. (2006): Gestión y dirección de empresas turísticas. McGraw-Hill, Madrid. SAÍNZ, J.M. (2008): El Plan de Marketing en la práctica. ESIC, Madrid. SERRA, A. (2007): Marketing turístico. ESIC-Pirámide, Madrid. VALLS, J.F. (2003): Las claves del mercado turístico. Deusto, Bilbao. |
| <b>Bibliografía complementaria</b> | ALONSO, J. (2005): Comportamiento del Consumidor. ESIC, Madrid. CUTROPÍA, C. (2005): Plan de Marketing paso a paso. ESIC, Madrid. FERNÁNDEZ, A. (2005): Investigación y Técnicas de Mercado. ESIC, Madrid. KERIN, A.K., HARTLEY, S. AND RUDELIUS, W. (2014): Marketing. McGraw-Hill, Mexico. KOTLER, P. and ARMSTRONG, G. (2013): Principles of Marketing. Pearson, Essex. LAMBIN, J. (1995): Marketing Estratégico. McGraw-Hill, Madrid. RUFIN, R. (2002): Las empresas turísticas en la sociedad de la información. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid. RUFIN, R. (2003): Marketing: Conceptos, Instrumentos y Estrategias. UNED, Madrid. SANTESMASES, M. (2004): Marketing. Conceptos y Estrategias. Pirámide, Madrid. ZEITHAML, V. y BITNER, M. (2000): Marketing de Servicios. McGraw-Hill, Mexico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

## Recomendacións

### Materias que se recomenda ter cursado previamente

Introdución a Economía/662G01002

Técnicas de Comunicación e de Promoción Turísticas/662G01005

Introdución ao Turismo/662G01009

Economía da Empresa/662G01010

### Materias que se recomenda cursar simultaneamente

### Materias que continúan o temario

## Observacións



(\*)A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías