



| Guía Docente          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                    |                          |          |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------|----------|
| Datos Identificativos |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                    |                          | 2020/21  |
| Asignatura (*)        | Márketing Turístico                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Código             | 662G01016                |          |
| Titulación            | Grao en Turismo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                    |                          |          |
| Descriptorios         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                    |                          |          |
| Ciclo                 | Período                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Curso              | Tipo                     | Créditos |
| Grao                  | 2º cuatrimestre                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Segundo            | Obrigatoria              | 6        |
| Idioma                | CastelánGalego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                    |                          |          |
| Modalidade docente    | Híbrida                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                    |                          |          |
| Prerrequisitos        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                    |                          |          |
| Departamento          | Economía                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                    |                          |          |
| Coordinación          | Fernández Fernández, Javier Luis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Correo electrónico | javier.fernandez4@udc.es |          |
| Profesorado           | Fernández Fernández, Javier Luis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Correo electrónico | javier.fernandez4@udc.es |          |
| Web                   | javier.fernandez4@udc.es                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                    |                          |          |
| 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>                                                                    |                    |                          |          |
| Plan de continxencia  | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Modificacións nos contidos Mantéñense os contidos</li><li>2. Metodoloxías. Mantéñense ao mesmo tempo clases maxistrais, seminarios e titorías.</li></ol> <p>* Metodoloxías de ensino que se modifican. Os casos prácticos, as lecturas e outro material serán enviados aos estudantes a través de Moodle ou por correo electrónico.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>3. Mecanismos de atención personalizada aos estudantes. A atención personalizada farase por correo electrónico, equipos e Moodle.</li><li>4. Modificacións na avaliación. A parte de asistencia a clase (20%) distribuirase igualmente ao exame e ao traballo realizado na clase.</li></ol> <p>* Observacións de avaliación: para superar o curso é imprescindible presentar todo o traballo que se ve durante o curso e defender o traballo final.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía. Non hai cambios.</li></ol> |                    |                          |          |

| 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                     |    |
|                           |     | B2                     |    |
|                           |     | B3                     |    |
|                           |     | B4                     |    |
|                           |     | B5                     |    |
|                           |     | B6                     |    |
|                           |     | B7                     |    |
| Transversais / Nucleares  |     |                        | C1 |
|                           |     |                        | C2 |
|                           |     |                        | C3 |
|                           |     |                        | C4 |
|                           |     |                        | C5 |
|                           |     |                        | C6 |
|                           |     |                        | C7 |
|                           |     |                        | C8 |
| Específicas               | A5  |                        |    |
|                           | A11 |                        |    |
|                           | A24 |                        |    |
|                           | A26 |                        |    |
|                           | A33 |                        |    |
|                           | 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 ORIGES 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                                                                                                                                                                               |



| 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 maxistras, 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 maxistras.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 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 maxistras 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 maxistras 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     | 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. |
| Traballos tutelados |                                                                                                                                                                                                                          |
| Lecturas            | 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>A avaliación desta asignatura consta de 3 partes:</p> <p>a) Asistencia a clase. Igual o superior a un 85%. Evaluarase cun 20%</p> <p>b) Traballo tutelado individual o en grupo. Evaluará sobre un 40%.</p> <p>c) Examen final, tipo test e preguntas a desenvolver. Evaluarase sobre un 40%.</p> <p>Para aprobar a asignatura débese aprobar o traballo e o examen.</p> <p>Aquel</p> <p>alumno que non teña a puntuación de asistencia, o non elabore o traballo, non poderá presentarse o examen. Neste caso tería que ir a convocatoria de Xullo con toda a materia. Aqueles alumnos que suspendan, se lles mantendrá a nota do traballo, e o examen tera un valor dun 60%.</p> <p>Os alumnos que no realizen o traballo, tendrán outro tipo de examen.</p> <p>No caso dun alumno con recoñecemento de dedicación a tempo parcial, evaluarase por un único examen o final do cuatrimestre, quedando exento dos traballos e actividades desenvolvidas durante o curso.</p> |

| Fontes de información |
|-----------------------|
|-----------------------|



|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Bibliografía básica</b>         | <p>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.</p> |
| <b>Bibliografía complementaria</b> | <p>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. McGrawHill, Mexico.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

| Recomendacións                                               |
|--------------------------------------------------------------|
| <b>Materias que se recomenda ter cursado previamente</b>     |
| Introdución a Economía/662G01002                             |
| Técnicas de Comunicación e de Promoción Turísticas/662G01005 |
| Introdución ao Turismo/662G01009                             |
| Economía da Empresa/662G01010                                |
| <b>Materias que se recomenda cursar simultaneamente</b>      |
|                                                              |
| <b>Materias que continúan o temario</b>                      |
|                                                              |
| <b>Observacións</b>                                          |
|                                                              |

(\*)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 de acordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías