



## Teaching Guide

| Teaching Guide      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |        |                          |           |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------------------------|-----------|
| Identifying Data    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |        |                          | 2022/23   |
| Subject (*)         | Tourism Marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |        | Code                     | 662G01016 |
| Study programme     | Grao en Turismo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |        |                          |           |
| Descriptors         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |        |                          |           |
| Cycle               | Period                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Year   | Type                     | Credits   |
| Graduate            | 2nd four-month period                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Second | Obligatory               | 6         |
| Language            | SpanishGalician                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |        |                          |           |
| Teaching method     | Hybrid                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |        |                          |           |
| Prerequisites       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |        |                          |           |
| Department          | EconomíaEmpresa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |        |                          |           |
| Coordinador         | Fernández Fernández, Javier Luis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | E-mail | javier.fernandez4@udc.es |           |
| Lecturers           | Fernández Fernández, Javier Luis                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | E-mail | javier.fernandez4@udc.es |           |
| Web                 | javier.fernandez4@udc.es                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |        |                          |           |
| General description | <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> |        |                          |           |

## Study programme competences

| Code | Study programme competences                                                                                                                                                                                                                            |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A5   | Converter un problema empírico nun obxecto de investigación e elaborar conclusións.                                                                                                                                                                    |
| A6   | Ter unha marcada orientación de servizo ao cliente.                                                                                                                                                                                                    |
| 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. |

| Learning outcomes                                                     |  |                                             |                                              |
|-----------------------------------------------------------------------|--|---------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Learning outcomes                                                     |  | Study programme competences                 |                                              |
| Coñecer o concepto de marketing e a suas ferramentas                  |  | B1<br>B2<br>B3<br>B4<br>B5<br>B6<br>B7      |                                              |
| Coñecer as partes dun plan de marketing                               |  |                                             | C1<br>C2<br>C3<br>C4<br>C5<br>C6<br>C7<br>C8 |
| Coñecer as estratexias de marketing empregadas pola empresa turística |  | A5<br>A6<br>A11<br>A24<br>A26<br>A33<br>A34 |                                              |

| Contents                                                           |                                                                                                                                                                                                                          |
|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Topic                                                              | Sub-topic                                                                                                                                                                                                                |
| 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 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 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 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                                                                                                                                                                               |

| Planning                                                                                                                        |                                                                        |                      |                               |             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------|-------------|
| Methodologies / tests                                                                                                           | Competencies                                                           | Ordinary class hours | Student?s personal work hours | Total hours |
| Case study                                                                                                                      | A5 A11 A24 A26 A33<br>A34 B1 B2 B3 B4 B6<br>B7 C1 C5 C8                | 6                    | 25                            | 31          |
| Oral presentation                                                                                                               | A5 A11 A24 A26 A33<br>A34 B1 B2 B3 C1 C2<br>C3                         | 2                    | 2                             | 4           |
| Objective test                                                                                                                  | A5 A11 A24 A26 A33<br>A34 B1 B2 B3 B4 C1<br>C2 C4 C8                   | 2                    | 2                             | 4           |
| Guest lecture / keynote speech                                                                                                  | A5 A11 A24 A26 A33<br>A34 B1 B2 B4 B5 C1<br>C6 C7 C8                   | 20                   | 30                            | 50          |
| Supervised projects                                                                                                             | A5 A6 A11 A24 A26<br>A33 A34 B1 B2 B3 B4<br>B5 B6 B7 C1 C2 C4<br>C5 C6 | 10                   | 35                            | 45          |
| Workbook                                                                                                                        | B1 B4 C5 C8                                                            | 2                    | 12                            | 14          |
| Personalized attention                                                                                                          |                                                                        | 2                    | 0                             | 2           |
| (*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students. |                                                                        |                      |                               |             |

| Methodologies |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Methodologies | Description                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Case study    | 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. |



|                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Oral presentation              | <p>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.</p> <p>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.</p>                                                                                                                                                                                                            |
| Objective test                 | 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.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Guest lecture / keynote speech | 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.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Supervised projects            | <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Para a realización destes traballos tomaranse como referencia tanto os materiais básicos da materia así como outros complementarios.</p> |
| Workbook                       | 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.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

## Personalized attention

| Methodologies       | Description                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Case study          | <p>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.</p> <p>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.</p> |
| Supervised projects |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Workbook            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

## Assessment

| Methodologies       | Competencies                                                  | Description                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Qualification |
|---------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| Case study          | A5 A11 A24 A26 A33 A34 B1 B2 B3 B4 B6 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            |
| Oral presentation   | A5 A11 A24 A26 A33 A34 B1 B2 B3 C1 C2 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            |
| Objective test      | A5 A11 A24 A26 A33 A34 B1 B2 B3 B4 C1 C2 C4 C8                | <p>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.</p> <p>Para aprobar a materia é imprescindible que o alumno alcance o 50% do exame final.</p> | 50            |
| Supervised projects | A5 A6 A11 A24 A26 A33 A34 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 C1 C2 C4 C5 C6 | <p>Realización por grupos dun plan de mercadotecnia que consistirán na aplicación práctica dos temas desenvolvidos durante o curso.</p> <p>Valorarase a súa orixinalidade, solidez analítica e a utilización dos recursos desenvolvidos na materia.</p>                                                | 20            |

## Assessment comments



A avaliación desta asignatura consta de 3 partes:

- a) Asistencia a clase. Igual o superior a un 85%. Evaluarase cun 20%
- b) Traballo tutelado individual o en grupo. Evaluará sobre un 40%.
- c) Examen final, tipo test e preguntas a desenvolver. Evaluarase sobre un 40%.

Para aprobar a asignatura débese aprobar o traballo e o examen.

Aquel

alumno que non teña a puntuación de asistencia, ou 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 terá un valor dun 60%.

Os alumnos que no realizasen o traballo, tendrán outro tipo de examen.

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.

A materia poderá ser adaptada ao estudiantado que precise da adopción de medidas encamiñadas ao apoio á diversidade (física, visual, auditiva, cognitiva, de aprendizaxe ou relacionada coa saúde mental). De ser o caso, deberán contactar cos servizos dispoñíbeis na UDC/no Centro: nos prazos oficiais estipulados de maneira previa a cada cuatrimestre académico, coa Unidade de Atención á Diversidade ; no seu defecto, coa tutora ADI da Facultade de Turismo

## Sources of information

|                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Basic</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>Complementary</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>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

## Recommendations

### Subjects that it is recommended to have taken before

Introduction to Economics/662G01002

Tourism Promotion and Communication Skills/662G01005

Introduction to Tourism/662G01009

Business Economics/662G01010

### Subjects that are recommended to be taken simultaneously



|                                     |
|-------------------------------------|
|                                     |
| Subjects that continue the syllabus |
|                                     |
| Other comments                      |
|                                     |

(\*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.