

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	42983
Nom	Direcció de màrqueting en empreses turístiques
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	5.0
Curs acadèmic	2023 - 2024

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2135 - M.U.Direc.Pla.Tur.	Facultat d'Economia	1	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2135 - M.U.Direc.Pla.Tur.	5 - Gestió de màrqueting en empreses turístiques	Optativa

Coordinació

Nom	Departament
SCHLESINGER, MARIA WALESSKA	43 - Comercialització i Investigació de Mercats

RESUM**CONEIXEMENTS PREVIS****Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació**

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits



2135 - M.U.Direc.Pla.Tur.

- Obtenir una visió més àmplia de les relacions comercials, que comprèn tots els mercats turístics, enfocant la problemàtica empresarial des d'una perspectiva tant local com global.
- Detectar oportunitats i amenaces de distints mercats turístics, dels seus competidors a curt i llarg termini i els seus clients.
- Adaptar l'estratègia comercial a les particularitats de cada entorn empresarial turístic.
- Capacitat de direcció de departaments d'empreses turístiques.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1.

2.

3.

4.

5.

6.

**VOLUM DE TREBALL**

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	25,00	100
Seminaris	15,00	100
Elaboració de treballs en grup	5,00	0
Elaboració de treballs individuals	40,00	0
Estudi i treball autònom	15,00	0
Lectures de material complementari	4,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	5,00	0
Preparació de classes de teoria	5,00	0
Preparació de classes pràctiques i de problemes	5,00	0
Resolució de casos pràctics	6,00	0
TOTAL	125,00	

METODOLOGIA DOCENT**AVALUACIÓ****REFERÈNCIES****Bàsiques**

- Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J. (2015). Marketing Turístico, 6ª Edición, Pearson-Prentice-Hall, Madrid.
- Rey Moreno, Manuel (2020). Marketing turístico: Fundamentos y dirección (Economía y Empresa) Ediciones Pirámide, 2da. edición. ISBN 8436842081, 312 páginas
- Izaguirre Sotomayor, Manuel (2017) Gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros, Ecoe Ediciones, 184 páginas.
- Casanueva, C. y Gallego, MA. (2009) Empresas y Organizaciones Turísticas, Pirámide
- De La Ballina, F.J. (2017). Marketing turístico aplicado. Esic, Madrid
- Hair, J.; Harrison, D y Ajjan, H. (2022) FUNDAMENTOS DE ANALITICA DE MARKETING BUNDLE, Mc. Graw Hill, 1era edición. ISBN 978-1-4562-9217-1



- Roger, K. y Hartley (2023) Marketing Bundle, 16a. edició, Mc. Graw Hill ISBN 145629489X

Complementàries

- Middleton, V.T.C.; Fyall, A. y Morgan, M. (2009): Marketing in travel and tourism. Butterworth-Heinemann
- Díez de Castro, E.C. (2004): Distribución Comercial, 3ª ed., McGraw-Hill/Interamericana de España, Madrid.
- Kotler, P. (2010) Marketing 3.0, Edit. LID
- Campo, S. y Yagüe, M. (2011) Publicidad y promoción en las empresas turísticas. Editorial Síntesis
- Bel, J.I. (2004). Comunicar para crear valor (La dirección de comunicación en las organizaciones). Universidad de Navarra, Pamplona.
- Shimp, T.A. (2007). Integrated marketing communications in advertising and promotion. Thomson South-Western, Mason.
- Jose María Sainz de Vicuña (2014): El Plan de Marketing en la práctica. ESIC Editorial, 19 edición.
- Agencia Valenciana Del Turisme (2017). El Turismo en la Comunidad Valenciana. Servicio de Estudios y Planificación, Valencia.
- Agarwal, S.; Busby, G. Y Huang, R. (2018). Special Interest Tourism: Concepts, Contexts and Cases, CABI Tourism Texts, Boston, USA.
- Camilleri, M. (2017). Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product, An Introduction to Theory and Practice, forma parte de Tourism, Hospitality & Event Management book series (THEM), Springer.
- Moutinho, L. (2018). Strategic Management in Tourism, 3rd Edition. CABI Tourism Texts, Boston, USA.
- Travaglini, A.; Puerto, S. y Damico, V. (2016). Marketing digital turístico y estrategias de revenue management para el sector de la hostelería. Marcombo, Barcelona.
- Alcázar, B.I (2002). Los Canales de Distribución en el sector turístico. Esic
- Hair, J. Harrison, D. & Ajjan, H (2022) FUNDAMENTOS DE ANALITICA DE MARKETING 1.ª Edición Mc Graw Hill.