

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

Codi	35107
Nom	Màrqueting turístic
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2021 - 2022

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1317 - Grau de Turisme	Facultat d'Economia	2	Segon quadrimestre
1926 - Doble Grado en Turismo y ADE	Facultat d'Economia	2	Segon quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1317 - Grau de Turisme	11 - Comercialització i Investigació de Mercats I	Obligatòria
1926 - Doble Grado en Turismo y ADE	3 - Assignatures de segon curs	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
ANDREU SIMO, MARIA LUISA	43 - Comercialització i Investigació de Mercats

RESUM

L'assignatura Màrqueting Turístic, amb una càrrega de 6 ECTS, forma part de la matèria Comercialització i Investigació de Mercats I i del mòdul de Comercialització i Investigació de Mercats. Aquesta assignatura, obligatòria, és impartida en el segon semestre de segon curs en el Grau de Turisme, i en el Doble Grau Turisme i ADE (TADE).

L'assignatura introdueix a l'estudiant a la disciplina del màrqueting en el context de les activitats turístiques.

Mentre que el sector serveis ha estat el gran desconegut en els estudis d'economia durant molts anys, la veritat és que la terciarització de les economies és un fenomen que s'ha anat consolidant fins a ocupar el lloc de primer ordre que posseeix en l'actualitat. De manera concreta, el Turisme juga un paper de rellevància en l'economia espanyola i, específicament, en la valenciana.



La pandèmia del Covid-19 ha repercutit dràsticament en el sector turístic. Destinacions turístiques, hotels, línies aèries, creuers, agències de viatge, parcs temàtics i altres empreses relacionades amb el sector del turisme, hospitalitat i oci han patit un tremend impacte produïda per aquesta crisi sanitària global. Des de l'assignatura de Màrqueting Turístic revisarem els principis i estratègies de màrqueting que poden aplicar-se a les empreses i organitzacions turístiques, i destacarem la necessitat d'integrar-ho amb la tecnologia i la sostenibilitat. Com assenyala Turespaña en la presentació de les Jornades professionals de 2021, "és el moment de començar de nou", i descobrir "noves oportunitats per a un sector de futur".

L'aplicació dels principis i mètodes del màrqueting al Turisme no és directa ni senzilla, perquè s'han de tindre en compte les característiques diferencials dels productes turístics (béns i serveis) i la forma en què aquestes característiques són percebudes pels consumidors, la qual cosa implica estratègies i accions de màrqueting específiques. En aquest context se situa la matèria Màrqueting Turístic, tractant de facilitar els processos d'intercanvi entre els oferents de béns i serveis i els demandants d'aquests de manera que les parts implicades en el procés resulten satisfetes. En aquests processos, com s'ha indicat, han de considerar-se els Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS) i la tecnologia. De manera específica, el programa de l'assignatura que es proposa cobreix els continguts següents, estructurats en 3 parts que es desglossen en onze temes.

Part I. Comprensió del procés de màrqueting turístic

Part II. Identificació d'oportunitats i disseny d'una estratègia de Màrqueting

Part III. La gestió de màrqueting en l'àmbit turístic. Desenvolupament del mix de Màrqueting

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

COMPETÈNCIES

1317 - Grau de Turisme

- Comprendre el caràcter dinàmic i evolutiu del turisme i de la nova societat de l'oci.
- Convertir un problema empíric en un objecte d'investigació i elaborar conclusions.
- Tenir una marcada orientació de servei al client.
- Reconèixer els agents turístics principals.
- Avaluar els potencials turístics i l'anàlisi prospectiva de la seua explotació.



- Definir objectius, estratègies i polítiques comercials.
- Dirigir i gestionar (management) els distints tipus d'entitats turístiques.
- Manejar tècniques de comunicació.
- Identificar i gestionar espais i destinacions turístics.
- Comprendre el funcionament de les destinacions, de les estructures turístiques i dels seus sectors empresarials en l'àmbit mundial.
- Creativitat
- Motivació per qualitat.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

- Enteniment del turisme com a motor de desenvolupament de les societats humanes.
- Coneixement dels principals agents del turisme actual.
- Extrapolació d'experiències i presa de decisions sobre la base de característiques de diversos models turístics, la seua potencialitat i la seua evolució.
- Coneixement de les teories i conceptes bàsics en màrqueting turístic com: demanda, comportament del consumidor, mercat, segmentació, posicionament.
- Coneixement de les particularitats del servei turístic, dels diferents tipus de clients i de les seues necessitats.
- Comprensió de les principals tendències, dinàmiques, paradigmes i conflictes observats en l'evolució recent de l'activitat turística, elaborant estudis de mercat per conèixer les relacions entre la demanda i el recurs turístic a explotar.
- Coneixement del paper de l'oci en la societat actual i les tendències de futur.
- Coneixement de les eines i aplicacions bàsiques com: investigació de mercats, pla de màrqueting, creació de productes turístics, determinació de preus, comunicació i distribució.
- Coneixement de la importància de la investigació de mercats en turisme, les fonts d'informació disponibles i els mètodes quantitatius i qualitatis aplicats al turisme elaborant i presentant un informe que analitze, interprete i infereix dades i resultats.
- Reconeixement dels perfils psicogràfics dels individus en el seu comportament com a consumidors d'oci i turisme.
- Anticipació a les expectatives del client, sabent desembolicar-se en les relacions interpersonals sobre la base del coneixement dels diferents aspectes i tècniques de comunicació externa.
- Aplicació de les teories i conceptes bàsics sobre oferta i demanda als diferents tipus d'empreses, destinacions i mercats turístics, elaborant plans de màrqueting i dissenyant en la pràctica productes, preus, distribució i comunicació específics.
- Coneixement dels processos i tècniques de comunicació, de negociació i relacions públiques per a la transmissió d'una identitat i estratègia corporativa i la difusió de la informació.
- Coneixement dels principis bàsics de la gestió de la destinació, així com de les variables que condicionen el seu posicionament i imatge mitjançant la interpretació de la informació existent respecte a la destinació, la promoció dels processos de planificació i programació, i la selecció i jerarquització de les activitats de promoció i desenvolupament en aquesta destinació turística.
- Coneixement del funcionament de l'estructura turística mundial a nivell general i de les tipologies de consumidors així com l'evolució i modalitats de destinacions internacionals mitjançant l'anàlisi de la informació i l'estudi d'altres destinacions (benchmarking) per a la innovació en productes.



DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Comprensió del procés de màrqueting turístic

1. Introducció: màrqueting turístic. Conceptes bàsics.
Aplicacions del màrqueting turístic: codi ètic, accessibilitat, sostenibilitat
2. Característiques dels serveis de màrqueting turístic i del consumidor.

2. Identificació d'oportunitats i disseny d'una estratègia de marketing

3. El pla de màrqueting en la planificació estratègica.
4. Sistemes d'informació de màrqueting i investigació de mercat en turisme.
5. Mercats de consum i anàlisi del comportament del turista.
6. Segmentació del mercat, selecció del mercat objectiu i posicionament.

3. La gestió de màrqueting a l'àmbit turístic. Mix de màrqueting

7. Disseny i gestió de producte turístic.
8. Màrqueting intern.
9. Fixació de preus: consideracions sobre el preu, enfocaments i estratègies.
10. Canals de distribució de productes turístics.
11. Estratègia de comunicació integrada.

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	45,00	100
Pràctiques en aula	15,00	100
Elaboració de treballs en grup	40,00	0
Estudi i treball autònom	35,00	0
Lectures de material complementari	15,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGIA DOCENT

Des d'un punt de vista docent, l'assignatura té dos blocs diferenciats: classes teòriques i classes pràctiques. Així mateix, es recomana l'ús de tutories i aula virtual.

Classes teòriques. Aquestes es basaran en les explicacions del professor i en l'estudi del manual bàsic que es recull en la bibliografia. Aquest haurà de ser complementat amb diversos continguts recollits en les anotacions que es proposin en cada tema i els seminaris que si escau s'organitzen.

Per aconseguir el màxim aprofitament de la lliçó magistral, es recomana als estudiants preparar cada tema, per a això se'ls anima al fet que facin ús de la bibliografia facilitada. Així mateix s'utilitzaran altres



recursos didàctics proporcionats pel professor. En cadascun dels temes, els recursos docents estan estructurats de la següent forma:

- Bibliografia bàsica, en la qual s'indiquen una sèrie de manuals que permeten cobrir adequadament el tema en qüestió quant a punts a tractar i nivell de profunditat.
 - Lectures de suport (recomanades i per aprofundir). La seva lectura permetrà a l'alumne tenir una visió molt més àmplia i rica dels continguts de la matèria exposats en classe o abordats en la bibliografia bàsica.
 - Adreces d'Internet, que pretenen apropar a l'alumne a institucions, associacions o revistes per aconseguir informació i contacte actual i real sobre qüestions directament relacionades amb el tema objecte d'estudi.
 - Classes pràctiques. Amb una participació activa de l'estudiant, i sota la direcció del professor, es desenvoluparan exercicis i aplicacions sobre el contingut de l'assignatura. L'elaboració de les pràctiques serà grupal. En el seu moment els professors aniran indicant el material necessari per a la preparació de les pràctiques i no s'admetran canvis de grup excepte permutes.
- El detall de l'activitat a desenvolupar en cada sessió s'explicarà a l'aula. Les pràctiques no realitzades no es recuperaran.

Tutories i seminaris. Es recomana la utilització de les tutories com a complement de les classes, l'assistència als seminaris proposats i la lectura de publicacions sobre el tema, disponibles a la biblioteca, hemeroteca i en les fonts de dades electròniques.

Ús de l'Aula virtual. S'utilitzarà l'aula virtual per a qualsevol informació/notícia que faciliti l'acompliment de l'assignatura. A l'aula virtual es facilitaran recursos per a la realització de les tasques de les classes pràctiques, així com el material relacionat amb la teoria que es consideri necessari.

AVALUACIÓ

L'assignatura Màrqueting Turístic s'avaluarà a la PRIMERA CONVOCATÒRIA a partir de la consideració de diversos aspectes:

1. **Examen escrit** que avalui la consecució dels resultats de l'aprenentatge en els seus continguts teòrics i de tot el programa. La qualificació màxima d'aquest examen serà de **5 punts**. L'alumne haurà d'obtenir 2,5 punts en la prova escrita per poder aprovar l'assignatura.
2. **Participació activa en les classes de teoria** mitjançant la realització d'exercicis que el professor indicarà a l'aula i la realització tindrà una qualificació d'**1 punt**. Aquesta part NO és recuperable.
3. **L'avaluació contínua de l'estudiant a les classes de pràctiques**, basada en la seva participació i implicació en el procés d'ensenyament-aprenentatge i en aquells aspectes més pràctics de la matèria. Aquesta avaluació comprendrà l'assistència a classe i les activitats formatives presencials, així com les activitats pràctiques desenvolupades a través de l'elaboració de treballs / memòries individuals o grupals, presentades de forma escrita i oral. L'alumne / a haurà d'obtenir 2 punts (**sobre 4**) en l'avaluació contínua per poder aprovar l'assignatura.
3. **L'assistència i participació del / de la alumne / a en les activitats planificades serà un requeriment bàsic** per a ser avaluat a les classes de pràctiques.

A la SEGONA CONVOCATÒRIA, l'avaluació consisteix en:



1. **Examen escrit** que avaluï la consecució dels resultats de l'aprenentatge en els seus continguts teòrics i de tot el programa. La qualificació màxima d'aquest examen serà de **5 punts**. L'alumne haurà d'obtenir 2,5 punts en la prova escrita per poder aprovar l'assignatura.
2. Es manté la **nota de l'activitat teòrica no recuperable** (màxim: 1 punt).
3. De la pràctica: **només es recupera el 50% de la nota de les pràctiques** en aquesta segona convocatòria.

A la primera i segona convocatòria, la qualificació mínima global per aprovar l'assignatura serà de 5 punts.

L'examen escrit es realitzarà en aquelles dates que fixi el centre.

Aquells alumnes que per motiu justificat no puguin assistir a classe hauran de posar-se en contacte amb el professor / a **abans del 21 de febrer** per considerar un protocol individualitzat.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- De la Ballina, F.J. (2017). Marketing turístico aplicado. ESIC, Madrid.
- Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J. (2015). Marketing Turístico, 6ª Edición, Pearson-Prentice-Hall,
- Kotler, P.; Bowen, J.T.; Makens, J.C.; García de Madariaga, J. y Flores, J. (2011), Marketing Turístico. Prentice Hall.
- Rey Moreno, M. (2017). Marketing: fundamentos y dirección. Pirámide, Madrid.

Complementàries

- BIGNÉ, E.; FONT, X y ANDREU, L. (2000). Marketing de Destinos Turísticos. Esic, Madrid
- Travaglini, A.; Puerto, S. y Damico, V. (2016). Marketing digital turístico y estrategias de revenue management para el sector de la hostelería. Marcombo, Barcelona.

ADDENDA COVID-19

Aquesta addenda només s'activarà si la situació sanitària ho requereix i previ acord del Consell de Govern

1. CONTINGUTS

Es mantenen tots els continguts a què fa referència la guia docent. Es manté tots els continguts a què fa referència la guia docent. Per a les sessions de pràctica s'inclou un dossier de pràctiques amb l'especificació de les activitats.



2. VOLUM DE TREBALL I PLANIFICACIÓ TEMPORAL DE LA DOCÈNCIA

El volum de treball es manté a allò que s'ha indicat en la guia docent, excepte pel que fa a la modalitat (presencial/no presencial).

La modalitat de les classes per als estudiants dependrà de les condicions sociosanitàries i de les restriccions establides per les autoritats competents.

En cas de docència no presencial les classes s'impartiran per videoconferència preferiblement síncrona mitjançant Blackboard Collaborate, Teams, Skype o l'eina que el professor considere adequada per a optimitzar el procés d'ensenyament-aprenentatge de l'estudiant en l'horari fixat per a l'assignatura i el grup.

En cas de docència semipresencial, aquesta consistirà en l'assistència rotatòria per setmanes de l'alumnat amb presència en aula en torns segons el cognom. Els alumnes de la A a la L acudiran una setmana a l'aula, mentre que la resta, de la M a la Z rebrà docència des de casa a través de diferents metodologies docents. La setmana següent al revés.

3. METODOLOGIA DOCENT

Des d'un punt de vista docent, l'assignatura té dos blocs diferenciats:

Classes teòriques. Les classes de teoria es fonamentaran en les explicacions del professor (l·liçó magistral participativa), en l'estudi de la bibliografia bàsica y/o complementària recomanada, i en la participació i competència dels estudiants per a realitzar presentacions sobre els temes d'esta assignatura. Per a aconseguir el màxim aprofitament de la l·liçó magistral, es recomana als estudiants preparar cada tema amb antelació fent ús de la bibliografia recomanada. Així mateix, durant les sessions teòriques s'utilitzaran altres recursos didàctics com a lectures complementàries, vídeos, direccions d'internet, participació en fòrums, qüestionaris online, entre altres.

Classes pràctiques. Els alumnes desenrotllaran per equips (durant les sessions pràctiques i fora de les dites sessions) les pràctiques proposades en el programa i dossier de pràctiques que versen sobre els continguts teòrics vistos en els temes. Les dates d'entrega de cada una de les pràctiques es detallen en el cronograma del programa de l'assignatura.

4. AVALUACIÓ

L'assignatura Màrqueting Turístic s'avaluarà a la PRIMERA CONVOCATÒRIA a partir de la consideració de diversos aspectes:

1. Examen escrit que avalua la consecució dels resultats de l'aprenentatge en els seus continguts teòrics i de tot el programa. La qualificació màxima d'aquest examen serà de **4 punts**. L'alumne haurà d'obtenir 2 punts en la prova escrita per poder aprovar l'assignatura. L'examen escrit es realitzarà en aquelles dates que fixe el centre.

2. Participació activa en les classes de teoria mitjançant la realització d'exercicis que el professor indicarà a l'aula i la realització tindrà una qualificació d'**2 punts**. Aquesta part NO és recuperable.



3. **L'avaluació contínua de l'estudiant a les classes de pràctiques**, basada en la seva participació i implicació en el procés d'ensenyament-aprenentatge i en aquells aspectes més pràctics de la matèria. Aquesta avaluació comprendrà l'assistència a classe i les activitats formatives presencials, així com les activitats pràctiques desenvolupades a través de l'elaboració de treballs / memòries individuals o grupals, presentades de forma escrita i oral. L'alumne / a haurà d'obtenir 2 punts (**sobre 4**) en l'avaluació contínua per poder aprovar l'assignatura.

4. **L'assistència i participació del/la alumne/a en les classes pràctiques** serà un **requeriment bàsic** per a ser avaluat en les dites sessions pràctiques. En el cas de no assistència a una sessió pràctica, es requerix justificació prèvia a la dita sessió.

La qualificació mínima global per a aprovar l'assignatura serà de 5 punts. Aquells alumnes que per motiu justificat no pugen assistir a classes de teoria y/o pràctica hauran de posar-se en contacte amb el professor/a abans del 15 de febrer per a considerar un protocol individualitzat.

A la SEGONA CONVOCATÒRIA, l'avaluació consisteix en:

1. **Examen escrit** que avalui la consecució dels resultats de l'aprenentatge en els seus continguts teòrics i de tot el programa. La qualificació màxima d'aquest examen serà de **4 punts**. L'alumne haurà d'obtenir 2 punts en la prova escrita per poder aprovar l'assignatura. L'examen escrit es realitzarà en aquelles dates que fixe el centre.

2. Es manté la **nota de l'activitat teòrica no recuperable** (màxim: 2 punt).

3. De la pràctica: **només es recupera el 50% de la nota de les pràctiques** en aquesta segona convocatòria.

A la primera i segona convocatòria, la qualificació mínima global per aprovar l'assignatura serà de 5 punts.

5. BIBLIOGRAFIA

Es manté la ja existent en la guia Docent, més el material pujat pel professorat a l'Aula Virtual.