

61941 - Creación de productos turísticos

Información del Plan Docente

Año académico: 2023/24

Asignatura: 61941 - Creación de productos turísticos

Centro académico: 228 - Facultad de Empresa y Gestión Pública

Titulación: 471 - Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo

Créditos: 6.0

Curso: 1

Periodo de impartición: Segundo semestre

Clase de asignatura: Obligatoria

Materia:

1. Información básica de la asignatura

Se pretende iniciar y familiarizar al alumnado con los conceptos básicos, instrumentos y decisiones de marketing, y en la investigación de mercados; todo ello aplicado al sector del turismo. Para ello se analizará la actividad comercial de la empresa turística haciendo especial hincapié en las herramientas comerciales que hacen posible que el lanzamiento de nuevos productos sea llevado a cabo con la mayor eficacia y eficiencia, y en el análisis de datos obtenidos a través de la investigación de mercados que pueden servir de apoyo a la viabilidad de los nuevos productos a lanzar. Estos planteamientos y objetivos están alineados con algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): Objetivos 5 (igualdad de género) y 12 (modalidades de consumo y producción sostenibles)

2. Resultados de aprendizaje

El /la estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados:

1. Comprender los principios básicos del desarrollo de productos turísticos desde el punto de vista del marketing.
2. Comprender y valorar el concepto de marketing y la aplicación de sus dimensiones (producto, precio, distribución y comunicación) a las empresas turísticas.
3. Analizar los principales factores que afectan al comportamiento del/a turista.
4. Comprender el desarrollo y puesta en práctica de una investigación de mercados como base para el desarrollo de un nuevo producto turístico.
5. Todo lo anterior se realizará de acuerdo a los valores propios de la ética y las buenas prácticas profesionales, así como los valores democráticos y de respeto.

3. Programa de la asignatura

Tema1: Introducción al marketing

Tema 2: Introducción a la investigación cuantitativa

Tema 3: Análisis de datos cuantitativos con programa estadístico

Tema 4: Comportamiento de compra del consumidor en el Turismo

Tema 5: Variables estratégicas comerciales: decisiones sobre producto y distribución

Tema 6: Variables tácticas comerciales: decisiones sobre precio y comunicación.

4. Actividades académicas

.- Clases magistrales participativas: proporcionarán los conocimientos teóricos necesarios, acompañándose de ejemplos prácticos.

.- Resolución y presentación de actividades y casos prácticos, discusión de temas de actualidad, comentario de lecturas y actividades interactivas, tanto dentro como fuera del aula, así como de forma individual y/o en grupo.

.- Actividades tutelares y/o seminarios: se podrán supervisar los trabajos realizados por el alumnado, aclarar dudas sobre los contenidos teórico-prácticos de la asignatura y/o realizar prácticas concretas aplicadas a los contenidos teóricos.

.- Trabajo autónomo: actividades de estudio de los contenidos teóricos y prácticos, resolución de trabajos individuales y/o en grupo, búsqueda y análisis de información, entre otros.

5. Sistema de evaluación

El estudiantado, en primera convocatoria podrá elegir entre dos sistemas de evaluación: continua o prueba final global. En segunda convocatoria, la evaluación será siempre global.

Evaluación continua: consta de dos partes a+b:

a.- Realización y presentación de actividades prácticas individuales y/o en grupo (30% de la calificación).

b.- Elaboración y presentación en clase de un trabajo grupal en el que se desarrollará un nuevo producto turístico, se realizará una investigación de mercados para valorar la viabilidad de la idea y se propondrán acciones relacionadas con las cuatro variables fundamentales del marketing (70% de la calificación). Dentro de esta prueba, el 30% de su valoración corresponderá a la presentación oral y el 70% restante al contenido del trabajo desarrollado. El alumnado podrá elegir el producto en base al cual desarrollar el trabajo (previa aprobación por parte del profesorado de la asignatura) o continuar con ideas ya desarrolladas previamente en otras asignaturas de este máster.

Evaluación global: consta de dos partes c+d:

c.- Realización de un examen en las fechas fijadas por el centro sobre los contenidos teórico-prácticos de la asignatura (70% de la calificación)

d.- Realización de un trabajo individual basado en un guion facilitado por el profesorado (30% de la calificación)

Para ambas pruebas c y d se exigirá una calificación mínima de 3 sobre 10.