



Codi-Assignatura	062112 - Màrqueting estratègic i operatiu				
Curs	1º / 2º	Crèdits	6 cr ECTS		
Bloc Temàtic	Màrqueting i comercialització	Tipus assignatura	Formació Bàsica		
Hores presencials	48 hores	Hores de treball dirigit	48 hores	Hores de treball autònom	54 hores

BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

L'assignatura introdueix a l'alumne en els conceptes fonamentals del màrqueting, amb especial atenció al mercat i a l'entorn des d'una concepció moderna d'orientació al client. S'expliquen les diverses estratègies de segmentació i posicionament. S'aborden totes la fases del màrqueting: la fase analítica, la fase, estratègica i finalment, es realitza una introducció a les tècniques de el màrqueting mix: producte, preu, distribució i comunicació, dins de la fase operativa.

L'assignatura de màrqueting estratègic i operatiu permetrà a l'alumnat conèixer les teories i conceptes bàsics de màrqueting turístic com, per exemple, el mercat, la segmentació i el posicionament i a entendre la importància de l'orientació a client en la presa de decisions. A més, el capacitarà per a realitzar anàlisis i diagnòstics de situacions de màrqueting: DAFO, PESTEL, anàlisi de productes / serveis, fixació de preus, etc.

PARAULES CLAU: màrqueting, comportament del consumidor, DAFO, PESTEL.

COMPETÈNCIES BÀSIQUES

CB04- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

CG02- Tenir visió de negoci.

CG06- Orientar-se al client.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES



CE04- Dominar els fonaments i aplicar metodologies científiques en la investigació turística.

CE09- Conèixer i utilitzar les tecnologies de la informació i els sistemes de gestió de la informació en turisme.

CONTINGUTS TEMÀTICS

1. Introducció
2. Marketing analític
3. Marketing Estratègic
4. Marketing Operatiu
5. Avaluació, control i seguiment del Pla de Marketing

METODOLOGIA D'APRENTATGE

Les metodologies d'aprenentatge associades a aquesta assignatura contemplen una diversitat d'estratègies per tal de contribuir a desenvolupar les competències corresponents. Algunes de les activitats d'aprenentatge que es realitzaran són les següents:

- Classes expositives
- Estudis de casos
- Debats
- Exercicis pràctics
- Aprenentatge basat en problemes

SISTEMA D'AVALUACIÓ

El sistema d'avaluació mesura el procés d'aprenentatge de l'estudiant tenint en compte les diferents competències i continguts de cada assignatura.

Els estudiants poden escollir entre l'avaluació contínua o l'avaluació única:

Avaluació Contínua: el procés d'ensenyament - aprenentatge és avaluat a través d'un seguiment continu de les activitats realitzades pels estudiants durant el semestre i una avaluació individual final. Els estudiants han d'assistir a les classes per tal de ser avaluats mitjançant l'avaluació contínua.



Avaluació Única: aquells estudiants que no poden assistir regularment a classe poden escollir ser avaluats a través de l'avaluació única. El procés d'ensenyament - aprenentatge és avaluat mitjançant l'avaluació de totes les activitats i una prova individual final.

FONTS D'INFORMACIÓ BÀSICA

- Alcazar, B. (2002). Los canales de distribución en el sector turístico. Madrid: ESIC.
- Bigne, J.E. (2000). Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo. Madrid: ESIC.
- De Jaime Eslava J. (2012). Pricing: nuevas estrategias de precios. Madrid: ESIC.
- Escobar, A. y González, Y. (2011) Marketing turístico. Madrid: Síntesis.
- Kotler, P. (2003). Marketing para turismo, Madrid: Prentice-Hall. Madrid.
- Millán Campos, Ángel. (2013). Fundamentos de marketing. Madrid: ESIC.
- Milló, I. (2000). Comercialización de productos y servicios turísticos. Madrid: Paraninfo.
- Munuera, J. y Rodríguez, A. I. (2007). Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección. Madrid: ESIC.
- Eaglier, P. y Langeard, E. (1989). Servucción. El marketing de servicios; McGraw Hill
- Rodríguez, I. (2006). Principios y estrategias de marketing. Barcelona: UOC.
- Serra, A. (2002). Marketing turístico. Madrid: Pirámide.