



Código-Asignatura	063508 - Comercialización turística				
Curso	3º	Créditos	4,5 cr ECTS		
Bloque temático	Marketing y comercialización		Tipo asignatura	Asignatura Troncal	
Horas presenciales	36 horas	Horas de trabajo dirigido	36 horas	Horas de trabajo autónomo	40,5 horas

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de comercialización turística pretende ofrecer continuidad a la asignatura de Marketing estratégico y operativo. La idea principal es profundizar en la comercialización de productos y servicios turísticos, actividad perteneciente a la parte operativa del marketing.

Esta asignatura trata de dar al alumnado una visión 360º de cómo vender y comprar productos turísticos en la actualidad, centrándose en las estrategias de comercialización más actuales. Además de capacitar al alumnado para que sea capaz de analizar la importancia de escoger un determinado canal en función del plan estratégico de la empresa.

PALABRAS CLAVE: comercialización turística, marketing operativo, plan estratégico.

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB02- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

COMPETENCIAS GENÉRICAS

CG03- Tener iniciativa y espíritu emprendedor.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE05- Conocer y aplicar el marco político, legal e institucional que regula las empresas y actividades turísticas.



CE06- Analizar y evaluar el potencial turístico para el diseño de productos, servicios y proyectos.

CE10- Comercializar productos, servicios y proyectos turísticos.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. Tendencias actuales en el sector. Innovación y transformación digital
2. Objetivos comerciales.
3. Orientación al cliente. Segmentación. Buyer Persona.
4. Canales de distribución. Directa vs Indirecta
5. GDS, Metasearch. Trip advisor
6. AAVV, Tour operadores, OTAs
7. Redes de comercialización: Virtuoso, Signature, ...
8. Turismo de negocios. MICE
9. El papel de la administración en la comercialización de producto turístico

METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE

Las metodologías de aprendizaje asociadas a esta asignatura contemplan una diversidad de estrategias para contribuir a desarrollar las competencias correspondientes. Algunas de las actividades de aprendizaje que se realizarán son las siguientes:

- Clases expositivas
- Estudios de casos
- Debates
- Ejercicios prácticos
- Aprendizaje basado en problemas

SISTEMA DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación mide el proceso de aprendizaje del estudiante teniendo en cuenta las competencias y los contenidos de cada asignatura.



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Grado de Turismo

Los estudiantes pueden escoger entre la evaluación continua o la evaluación única:

Evaluación Continua: el proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado a través de un seguimiento continuo de las actividades realizadas por los estudiantes durante el semestre y una evaluación individual final. Los estudiantes deben asistir a las clases para ser evaluados mediante la evaluación continua.

Evaluación Única: aquellos estudiantes que no pueden asistir regularmente a clase pueden escoger ser evaluados a través de la evaluación única. El proceso de enseñanza - aprendizaje es evaluado mediante la evaluación de todas las actividades y una prueba individual final.

FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICA

Chias, J. (2013). *El negocio de la felicidad*” Josep Chias. Editorial Prentice Hall

Ejarque, J. (2005) *Destinos turísticos de éxito*” Josep Ejarque. Ediciones Pirámide

Godin, S. (2005). *The purple cow: Transform your business by being remarkable.*

Godin, S. (2018). *This is marketing.*

Iglesias Tovar, JR. (2007). *Comercialización de productos y servicios turísticos.* Editorial Síntesis

Solis, B. Engage. (2010) *The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web.*