



UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

FACULTAD DE CIENCIAS DEL TRABAJO

**GRADO DE TURISMO**

CURSO 2025/26

**MARKETING TURÍSTICO**

## Datos de la asignatura

---

**Denominación:** MARKETING TURÍSTICO**Código:** 101724**Plan de estudios:** GRADO DE TURISMO**Curso:** 1**Denominación del módulo al que pertenece:** Mercados y empresas turísticas**Materia:** MERCADOS Y EMPRESAS TURÍSTICAS**Carácter:** OBLIGATORIA**Duración:****Créditos ECTS:** 6**Horas de trabajo presencial:**60**Porcentaje de presencialidad:** 40%**Horas de trabajo no presencial:**90**Plataforma virtual:**

## Profesor coordinador

---

**Nombre:** RODRIGUEZ ZAPATERO, MARÍA ISABEL**Departamento:** ESTADÍSTICA, ECONOMETRÍA, INVESTIGACIÓN OPERATIVA, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS Y ECONOMÍA APLICADA**Ubicación del despacho:** - Facultad de Ciencias del Trabajo. 2 PLANTA**E-Mail:** es3rozai@uco.es**Teléfono:** 957215823

## Breve descripción de los contenidos

---

El curso introduce a los estudiantes a los conceptos básicos de marketing relacionados con el sector turístico.

## Conocimientos previos necesarios

---

### Requisitos previos establecidos en el plan de estudios

- Ninguno

### Recomendaciones

- Ninguna

## Programa de la asignatura

---

### 1. Contenidos teóricos

Lección 1. Introducción al Marketing en Viajes y Turismo. Introducción a los conceptos de Marketing y las características especiales del Marketing de Viajes y Turismo. Lección 2. Entorno Turístico. Demanda y oferta de servicios de viajes y turismo. Lección 3. El Consumidor. Consumidor individual (B2C) y consumidor organizacional (B2B). Motivación turística y comportamiento del consumidor. Lección 4. Estrategia de Marketing. Investigación, planificación y desarrollo de campañas Lección 5. Segmentación de mercado. Conceptos de segmentación, orientación diferenciación y posicionamiento y marca. Lección 6. Mezcla de Marketing. Evolución de la mezcla de marketing. Características especiales para Viajes y Turismo. Lección 7. Destino Turístico. Marketing y branding del destino contemporáneo. Lección 8. Aplicación del marketing en los principales sectores de Viajes y Turismo.

### 2. Contenidos prácticos

- Colección de casos relacionados con el contenido teórico de cada unidad. Las presentaciones individuales y en grupo complementarán el trabajo de los estudiantes en cada lección

## Bibliografía

---

Rey, M. (Coord.), Revilla, M.A., Gil Jiménez, J. y López Bonilla, J.M. Fundamentos de Marketing Turístico. Ed. Síntesis, S.A. 2014

## Metodología

---

### Aclaraciones generales sobre la metodología (opcional)

#### Adaptaciones metodológicas para alumnado a tiempo parcial y estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales

- Para los estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales se tendrá en cuenta su condición y disponibilidad en la asignatura, tanto en el desarrollo de esta como en su evaluación, con las adaptaciones necesarias y ajustes razonables indicados por la Unidad de Educación Inclusiva de la UCO. La adaptación del estudiante a tiempo parcial a la asignatura se llevará cabo de mutuo acuerdo entre el profesor responsable y los alumnos implicados al inicio del cuatrimestre. Los criterios de evaluación siempre garantizarán la igualdad de derechos y oportunidades entre todos los compañeros. En cualquier caso, estos alumnos habrán de ponerse, de modo obligatorio, en contacto con el profesorado responsable de la impartición de la asignatura al comienzo del primer cuatrimestre.

#### Actividades presenciales

Actividad	Grupo completo	Total
<i>Actividades de comprensión lectora, auditiva, visual, etc</i>	12	12
<i>Actividades de comunicación oral</i>	11	11
<i>Actividades de exposición de contenidos elaborados</i>	24	24
<i>Actividades de expresión escrita</i>	13	13
<b>Total horas:</b>	<b>60</b>	<b>60</b>

#### Actividades no presenciales

Actividad	Total
<i>Actividades de búsqueda de información</i>	45
<i>Actividades de procesamiento de la información</i>	45
<b>Total horas:</b>	<b>90</b>

## Resultados del proceso de aprendizaje

### Conocimientos, competencias y habilidades

C02: Conoce y perfecciona el nivel de usuario en el ámbito de las TIC

C03: Comprende los principios e impactos del Turismo: dimensión espacial-territorial, social, cultural, política, laboral y económica.

C04: Comprende el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la sociedad del ocio.

C06: Comprende el marco legal que regula las actividades turísticas.

HD01: Selecciona, analiza, gestiona, interpreta y sintetiza información aplicada al sector turístico.

HD05: Conoce y aplica los conceptos básicos de la Economía.

HD09: Gestiona territorios y recursos turísticos de acuerdo con los principios de la sostenibilidad.

HD12: Habilidades blandas, como capacidad de análisis y síntesis, de organización y planificación, comunicación, trabajo en equipo, razonamiento crítico o liderazgo.

COM02: Ser capaz de analizar y comprender los impactos (sociales, económicos y medioambientales) generados por el turismo.

COM03: Capacidad para acometer y seguir procedimientos ante las instituciones.

COM04: Comprender el funcionamiento de los destinos y estructuras turísticas, y los sectores empresariales a nivel mundial.

COM07: Ser capaz de definir objetivos, estrategias y políticas comerciales en el ámbito del turismo

COM08: Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación, al objeto de detectar necesidades de planificación técnica de infraestructuras e instalaciones turísticas

COM11: Integrar coherentemente los conocimientos, valores y habilidades relacionados con la sostenibilidad, los derechos humanos y fundamentales, la igualdad de género y de oportunidades, y la accesibilidad universal en la práctica académica y profesional

### Métodos e instrumentos de evaluación

Competencias	EXAMEN	PRODUCCIONES ELABORADAS POR EL ESTUDIANTE	PROYECTOS GLOBALIZADORES DE CARÁCTER INDIVIDUAL O GRUPAL
C02	X		
C03		X	
C04			X
C06		X	
HD01			X
HD05	X		
HD09	X		
HD12		X	
COM02			X
COM03		X	
COM04		X	
COM07	X		
COM08	X		
COM11			X
<b>Total (100%)</b>	<b>50%</b>	<b>20%</b>	<b>30%</b>
<b>Nota mínima (*)</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>

(\*)Nota mínima (sobre 10) necesaria para que el método de evaluación sea considerado en la calificación final de la asignatura. En todo caso, la calificación final para aprobar la asignatura debe ser igual o superior a 5,0.

### Aclaraciones generales sobre los instrumentos de evaluación:

Los 3 instrumentos deben ser ejecutados con un mínimo de 4 en cada uno de ellos. La validez de cada una de las calificaciones de los instrumentos de evaluación será durante el año académico.

**Aclaraciones sobre la evaluación para el alumnado a tiempo parcial y necesidades educativas especiales:**

El alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberá comunicar obligatoriamente su condición de tal al profesorado responsable de la impartición de la asignatura al comienzo del cuatrimestre. Se estudiará en cada caso la situación por si fuera necesario realizar algún tipo de adaptación que estuviese indicada por la Unidad de Educación Inclusiva de la UCO. Los criterios de evaluación siempre garantizarán la igualdad de derechos y oportunidades entre todos los compañeros

**Aclaraciones sobre la evaluación de la convocatoria extraordinaria y convocatoria extraordinaria de finalización de estudios:**

- Las establecidas en la norma general

**Criterios de calificación para la obtención de Matrícula de Honor:**

Obtener la máxima calificación 10

**Objetivos de desarrollo sostenible**

---

Educación de calidad  
Industria, innovación e infraestructura  
Ciudades y comunidades sostenibles  
Producción y consumo responsables

**Otro profesorado**

---

**Nombre:**

**Departamento:**

**Ubicación del despacho: -**

**E-Mail:**

**Teléfono:**

---

*Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente responderán a los principios de igualdad y no discriminación y deberán ser adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran. El estudiantado deberá ser informado de los riesgos y las medidas que les afectan, en especial las que puedan tener consecuencias graves o muy graves (artículo 6 de la Política de Seguridad, Salud y Bienestar; BOUCO 23-02-23).*

---