



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT
MÀRQUETING TURÍSTIC I

Coordinació: Jaume Codina Mejón

Any acadèmic 2013-14

Informació general de l'assignatura

Denominació	MÀRQUETING TURÍSTIC I
Codi	102611
Semestre d'impartició	1r Q Avaluació Continuada
Caràcter	Obligatòria
Nombre de crèdits ECTS	6
Grups	1 GG, 1 GM
Crèdits teòrics	0
Crèdits pràctics	0
Coordinació	Jaume Codina Mejón
Departament/s	Administració d'Empreses i Gestió Econòmica dels Recursos Naturals
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.
Idioma/es d'impartició	Català
Distribució de crèdits	40% presencial - 60h presencials 60% no presencial - 90h treball autònom
Horari de tutoria/lloc	Despatx 1.07 FDE Dimarts: 17:30-19:30 h Dimecres: 17:30-18:30 h

Jaume Codina Mejón

Informació complementària de l'assignatura

Recomanacions:

Per a l'estudi i desenvolupament d'aquesta assignatura, és important:

Seguir les explicacions realitzades pel professor i anar configurant les vostres anotacions.

Llegir cada setmana les vostres anotacions i fer èmfasis en els conceptes fonamentals que s'han de comprendre i retenir.

Fer els corresponents exercicis proposats. Algunes activitats seran resoltes pel professor i uns altres els treballareu i resoldreu vosaltres.

Relacionar els continguts teòrics explicats en classe amb casos d'empreses reals.

Buscar informació complementària: bibliografia específica (donada pel professor) i informació que pugui existir a la xarxa, concreta i relacionada amb aquesta matèria.

Per l'esmentat en els punts anteriors, és totalment recomanable realitzar els casos pràctics proposats en l'assignatura. L'objectiu és assimilar els conceptes teòrics de l'assignatura i donar-li una aplicació pràctica.

La majoria de les activitats i les proves escrites es realitzaran i lliuraran en classe. Per tant, és important la vostra assistència.

El Campus Virtual de la UdL (Sakai) és imprescindible per al desenvolupament d'aquesta assignatura. S'utilitzarà per donar avisos, informacions del professor (espai anuncis), per publicar els continguts de l'assignatura (espai recursos), per publicar els enunciats de les activitats (espai activitats), per debatre virtualment algun cas pràctic (espai debat), per enviar missatges individuals (espai missatges), i perquè pugueu consultar la temporalització de l'assignatura (espai agenda).

Podeu fixar una tutoria per e-mail o pel campus virtual, independentment de l'horari de tutories establert.

Objectius acadèmics de l'assignatura

Veure apartat competències

Competències

Competències estratègiques de la Universitat de Lleida

- Domini de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació.
- Correcció en l'expressió oral i escrita

Competències específiques de la titulació

- Exercir les funcions relacionades en les diferents àrees funcionals d'una empresa turística i institucions.

Objectius

- Proporcionar a l'estudiant un enfocament teòric i pràctic dels principals aspectes del màrqueting, el context de treball del màrqueting i les estratègies més utilitzades.

- Comprendre els principis del turisme, la seva dimensió espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral i econòmica.

Competències transversals de la titulació

- Capacitat d'anàlisi i de síntesi.
- Capacitat d'organitzar i planificar.
- Ser capaç de treballar i d'aprendre de manera autònoma i simultàniament interactuar adequadament amb els altres, cooperant i col·laborant.
- Actuar en base al rigor, al compromís personal i amb orientació a la qualitat.
- Treball en equip i lideratge.

Continguts fonamentals de l'assignatura

Continguts de la matèria

TEMA 1. Fonaments de màrqueting

TEMA 2. La Direcció de màrqueting

TEMA 3. L'entorn de màrqueting

TEMA 4. Segmentació i posicionament

TEMA 5. Comportament del consumidor

TEMA 6. La investigació de màrqueting

Eixos metodològics de l'assignatura

GG: Classe magistral i suport de mitjans electrònics i audiovisuals.

GM: Mètode del cas, resolució d'activitats d'avaluació i suport de mitjans electrònics i audiovisuals.

Pla de desenvolupament de l'assignatura

Setmanes	Dates	Descripció	Activitat presencial	HTP (Hores)	Activitat Treball autònom	HTNP (Hores)
1	16-20 setembre	Presentació assignatura Tema 1	Atenció a l'exposició	2h 15'	Captura del programa i bibliografia Estudi	2h
2	23-26 setembre	Tema 1	Atenció a l'exposició i activitat de debat	3h 45'	Estudi i participació en activitat plantejada	4h
3	01-04 octubre	Tema 2	Atenció a l'exposició i resolució de cas pràctic	3h 45'	Estudi i resolució d'activitat plantejada	4h
4	07-11 octubre	Tema 2	Atenció a l'exposició i resolució de cas pràctic	3h 45'	Estudi i resolució d'activitat plantejada	4h
5	14-19 octubre	Tema 2	Atenció a l'exposició i resolució de cas pràctic	3h 45'	Estudi i resolució d'activitat plantejada	4h
6	21-25 octubre	1a activitat d'avaluació	Prova tipus test	3h 45'	Estudi i preparació d'activitat d'avaluació	8h
7	28-31 octubre	Tema 3	Atenció a l'exposició i resolució de cas pràctic	3h 45'	Estudi i resolució d'activitat plantejada	4h
8	04-08 novembre	Tema 3	Atenció a l'exposició i resolució de cas pràctic	3h 45'	Estudi i resolució d'activitat plantejada	4h
9	13 novembre	2a activitat d'avaluació	Prova tipus test	4h	Estudi i preparació d'activitat d'avaluació	10h
10	18-22 novembre	Tema 3	Atenció a l'exposició i resolució de cas pràctic	3h 45'	Estudi i resolució d'activitat plantejada	4h
11	25-29 novembre	Tema 4	Atenció a l'exposició i resolució de cas pràctic	3h 45'	Estudi i resolució d'activitat plantejada	4h
12	02-05 desembre	Tema 4	Atenció a l'exposició i resolució de cas pràctic	3h 45'	Estudi i resolució d'activitat plantejada	4h
13	09-13 desembre	Tema 5	Atenció a l'exposició i resolució de cas pràctic	3h 45'	Estudi i resolució d'activitat plantejada	4h
14	16-20 desembre	Tema 5	Atenció a l'exposició i resolució de cas pràctic	3h 45'	Estudi i resolució d'activitat plantejada	4h
15	07-10 gener	Tema 6	Atenció a l'exposició i resolució de cas pràctic	3h 45'	Estudi i resolució d'activitat plantejada	4h
16	13-17 gener	Tema 6	Atenció a l'exposició i resolució de cas pràctic	3h 45'	Estudi i resolució d'activitat plantejada	4h
17	23 gener	3a activitat d'avaluació	Prova escrita	6h	Estudi i preparació d'activitat d'avaluació	15h

Sistema d'avaluació

Objectius	Activitats d'Avaluació	%	Dates	Observacions
Tema 1 a 2	Prova avaluació continuada 1	20	Dijous, 24 d'octubre de 2013. De 18:30 a 19:30 hores.	Aula -1.03 (FDE)
Tema 1 a 3	Prova avaluació continuada 2	26	Dimecres, 13 de novembre de 2013. De 17:00 a 19:00 hores.	Aula -1.03 (FDE)
Tema 1 a 6	Prova avaluació continuada 3	29	Dijous, 23 de gener de 2014. De 18:00 a 20:00 hores.	Aula -1.03 (FDE)
	Participació activa a classe i resolució de casos	25	al llarg del curs	Aula -1.03 (FDE)

Bibliografia i recursos d'informació

Bibliografia recomanada

Bibliografia Bàsica

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary (2008): Principios de Marketing (12ª Edición); Prentice Hall, Madrid. ISBN:978-84-8322-446-5

RODRIGUEZ ARDURA, INMA et al (2008): Principios y estrategias de marketing (2ª Edición); Editorial UOC, Barcelona. ISBN:84-9788-426-4

SANTESMASES MESTRE, Miguel (2009): Fundamentos de marketing; Ediciones Pirámide, Madrid. ISBN: 978-84-3682-294-6

REVISTES

Marketing + Ventas.	España
IPMark.	España
Harvard-Deusto Marketing & Ventas.	España
Harvard-Deusto Business Review.	España

RECURSOS ELECTRÒNICS

Material de suport al manual *Principios y estrategias demarketing (2ª Edición)*: <http://www.editorialuoc.com/marketing>