

Guía docente de la asignatura

## Introducción al Marketing

Fecha última actualización: 21/06/2021

Fecha de aprobación: 21/06/2021

<b>Grado</b>	Grado en Turismo	<b>Rama</b>	Ciencias Sociales y Jurídicas				
<b>Módulo</b>	Formación Básica	<b>Materia</b>	Empresa				
<b>Curso</b>	2º	<b>Semestre</b>	1º	<b>Créditos</b>	6	<b>Tipo</b>	Troncal

### PRERREQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES

Ninguno

### BREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (Según memoria de verificación del Grado)

- Concepto y ámbitos de alcance del marketing
- Análisis del entorno y la competencia
- Comportamiento del consumidor
- Segmentación y posicionamiento en el mercado
- Fundamentos de investigación comercial
- Marketing mix

### COMPETENCIAS ASOCIADAS A MATERIA/ASIGNATURA

#### COMPETENCIAS GENERALES

- CG01 - Capacidad de análisis y síntesis.
- CG02 - Capacidad de organización y planificación.
- CG03 - Comunicación oral y escrita en lengua nativa.
- CG05 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.
- CG06 - Capacidad de gestión de la información.
- CG07 - Resolución de problemas.
- CG08 - Toma de decisiones.
- CG10 - Trabajo en equipo.
- CG15 - Razonamiento crítico.
- CG16 - Compromiso ético.
- CG17 - Aprendizaje autónomo.
- CG18 - Adaptación a nuevas situaciones.
- CG19 - Creatividad.



- CG20 - Liderazgo.
- CG23 - Motivación por la calidad.
- CG25 - Conocer y comprender la responsabilidad social derivada de las actuaciones económicas y empresariales

### COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE08 - Conocer el sistema de protección del usuario de servicios turísticos.
- CE09 - Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.
- CE10 - Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
- CE11 - Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.
- CE12 - Manejar técnicas de comunicación.
- CE13 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de la dirección de empresas.
- CE14 - Conocer y aplicar los conceptos básicos de contabilidad.
- CE15 - Comprender el significado de las diferentes operaciones empresariales y el desarrollo práctico de su contabilización, así como elaborar los estados contables de síntesis.
- CE16 - Conocer el marco normativo y los requisitos legales a los que están sujetas las elaboraciones contables.
- CE17 - Comprender y evaluar el impacto de las operaciones económicas sobre la riqueza o patrimonio empresarial y en su evolución.

### COMPETENCIAS TRANSVERSALES

- CT01 - A través del conocimiento y aplicación de los conceptos aprendidos en el grado, ser capaz de identificar y anticipar problemas económicos relevantes en relación con la asignación de recursos en general, tanto en el ámbito privado como en el público.
- CT02 - Conocer, comprender y aplicar los distintos modelos económicos para aportar racionalidad al análisis y a la descripción de cualquier aspecto de la realidad y ser capaz de conocer los criterios de elección económica de los distintos agentes que conforman la sociedad .
- CT03 - Aprender a comunicarse con fluidez en un entorno y a trabajar en equipo, tanto en un contexto nacional como en un contexto internacional.

### RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Objetivos)

El objetivo de este programa es proporcionar al estudiante una visión general de la gestión del marketing en la empresa turística. Para ello se partirá del concepto y alcance del marketing en la empresa. Posteriormente, se analizará el marketing desde un punto de vista estratégico.

De manera específica se proponen los siguientes objetivos expresados como resultados de la enseñanza:

- Conocerá los diferentes conceptos claves de marketing general, de servicios y turístico.
- Será capaz de diferenciar los elementos del entorno de la comercialización turística.
- Entenderá las características del mercado de servicios turísticos.
- Podrá identificar los factores que afectan al comportamiento de compra de los consumidores, así como las etapas por las que discurre un consumidor en su proceso de decisión de compra.
- Podrá segmentar el mercado y realizar un mapa de posicionamiento.



- Iniciará sus conocimientos en materia de estrategias específicas relacionadas con los cuatro integrantes del marketing operativo: producto, precio, distribución y comunicación.

## PROGRAMA DE CONTENIDOS TEÓRICOS Y PRÁCTICOS

### TEÓRICO

#### 1. TEMA. CONCEPTO Y ÁMBITOS DE ALCANCE DEL MARKETING

- Concepto de marketing.
- El marketing estratégico y el marketing operativo.
- Evolución de la función de marketing en la empresa.

#### 2. TEMA . EL ANÁLISIS DEL ENTORNO Y LA COMPETENCIA

- El análisis del entorno: macroentorno y microentorno.
- La competencia en la empresa.

#### 3. TEMA. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA DEMANDA

- Concepto y clasificación de los mercados.
- El mercado de bienes de consumo.
- El mercado de bienes industriales.
- El mercado de servicios.
- Concepto y dimensión de la demanda.
- Métodos de previsión de la demanda.

#### 4. TEMA. EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- Influencias en el comportamiento del consumidor.
- El proceso de decisión de compra del consumidor.
- Las situaciones de compra.

#### 5. TEMA. LA SEGMENTACIÓN DEL MERCADO Y EL POSICIONAMIENTO

- Concepto y utilidad de la segmentación de mercados.
- Los criterios de segmentación.
- Las estrategias básicas de segmentación.
- El posicionamiento en el mercado.

#### 6. TEMA. POLÍTICAS DE MARKETING

- El marketing mix
- El producto como variable del marketing: dimensiones y decisiones sobre producto.
- Concepto e instrumentos de comunicación comercial.
- La distribución comercial como variable del marketing: tipos de intermediarios y funciones.
- Decisiones sobre precio: objetivos, métodos y estrategias de fijación de precios.



## PRÁCTICO

- Actividades de trabajo autónomo para cada uno de los temas que componen el programa de la asignatura.
- Discusión de casos prácticos y lecturas en los que se analicen aspectos relacionados con los temas contenidos en el programa teórico.
- Otras actividades grupales e individuales: análisis de las políticas de marketing de empresas, dinámicas, debates, etc.

## BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL

#### BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL:

- KOTLER, P. & ARMSTRONG, G. (2018): Principios de marketing, 17ª edición. Pearson.
- KOTLER, P., BOWEN, J.T. y MAKENS, J.C. (2015): Marketing turístico, 6ª edición. Ed. Pearson.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

#### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- OJEDA GARCÍA, C. & MARMOL SINCLAIR, P. (2016). Marketing turístico. 2ª ed. Paraninfo.
- ARMSTRONG, G., KOTLER, P. y MERINO, Mª J. (2011): Introducción al marketing, 3ª edición. Ed. Pearson Educación.
- ESCOBAR, A. y GONZÁLEZ, Y. (2011): Marketing Turístico. Ed. Síntesis.
- GARCÍA HENCHE, B. (2011): Marketing del turismo rural. . Ed. Síntesis.
- KOTLER, P. y AMSTRONG, G. (2017): Fundamentos de Marketing. 13ªEd. Pearson, Madrid.
- KOTLER, P. y KELLER, K. (2016): Dirección de Marketing. 15 Ed. Pearson, Madrid.
- KOTLER, P. (2005): Preguntas más frecuentes sobre el marketing. Ed. Granica, Barcelona.
- MEDIANO SERRANO, L. (2000): Marketing turístico. En: Aguirre García, M.S. (ed.), Marketing en sectores específicos: 161-195. Madrid: Ed. Pirámide [CAP 7].
- MUÑOZ OÑATE, F. (2000): Marketing turístico. Centro de Estudios Ramón Areces.
- REY, M. (coord.) (2017): Fundamentos de marketing turístico. Ed. Pirámide.
- REY, M. (2015): Dirección de marketing turístico. Ed. Pirámide.
- SERRA CANTALLOPS, A. (2011): Marketing turístico. Ed. Pirámide.
- ZEITHAML, V.A., BITNER, M. J. y GREMLER, D. (2009): Marketing de servicios, 5ª edición. Ed. McGraw Hill

## ENLACES RECOMENDADOS

<https://www.ama.org>

<http://www.marketingnews.es/>

<http://www.aedemo.es/>



<https://www.aemark.org/index.php/es-es/>

## METODOLOGÍA DOCENTE

- MD01 Docencia presencial en el aula
- MD02 Estudio individualizado del alumno, búsqueda, consulta y tratamiento de información, resolución de problemas y casos prácticos, y realización de trabajos y exposiciones.
- MD03 Tutorías individuales y/o colectivas y evaluación

## EVALUACIÓN (instrumentos de evaluación, criterios de evaluación y porcentaje sobre la calificación final)

### EVALUACIÓN ORDINARIA

El curso se desarrollará durante el primer cuatrimestre durante 4 horas semanales. Las clases serán de tipo teórico y de tipo práctico. Las de tipo teórico consistirán en exposiciones del profesor y participación activa del alumno acerca del temario que se ha indicado anteriormente.

Para el desarrollo de la parte práctica se realizarán diversas dinámicas, clases invertidas, pruebas de evaluación teórica, lecturas, debates o casos prácticos, aplicación real a empresas, entre otros, a lo largo de la asignatura. Las actividades serán tanto de trabajo autónomo como grupal.

La asistencia, la participación y el desempeño alcanzado las distintas prácticas/actividades son los criterios de la evaluación continua de cada estudiante. El estudiante **debe de asistir a tantas sesiones prácticas como le sean necesarias hasta alcanzar al menos, la calificación mínima** de la parte práctica de la asignatura que le permita superar esta asignatura (80% de asistencia, tanto virtual como presencial en función de las condiciones sanitarias).

El sistema preferente será el sistema de evaluación continua. En base a este sistema, el 50% de la calificación final corresponderá a un examen final en el que se evaluarán los conocimientos teóricos del alumno. El examen constará de dos partes: una serie de preguntas tipo test y una batería de preguntas de doble alternativa (verdadero/falso) en el que el alumno tendrá que justificar las preguntas que haya contestado como falsas. Tanto para las preguntas tipo test como las V/F se planteará un sistema de penalización de las respuestas contestadas erróneamente, para evitar el acierto por respuesta al azar. Se realizará un examen final en la convocatoria ordinaria y otro en la convocatoria extraordinaria.

El otro 50% de la calificación corresponde a las prácticas que el alumno haya realizado durante el curso académico oficial. Concretamente, un 40% de esta parte práctica será la calificación de un compendio entre los trabajos que el alumno haya entregado a lo largo del cuatrimestre, las actividades de trabajo autónomo y grupal, y la asistencia obligatoria a las clases prácticas. El 10% restante consistirá en diferentes pruebas de evaluación de conocimientos a lo largo del curso. **La calificación final del alumno será la suma de la calificación obtenida en la parte teórica y la parte práctica siempre y cuando el alumno haya superado al menos 1/3 en cada una de las partes. Las notas de las prácticas de evaluación continua se mantienen para las dos convocatorias.**

Todo lo relativo a la evaluación se regirá por el Artículo 8.2 de la Normativa de evaluación y calificación de los estudiantes vigente en la Universidad de Granada, que puede



consultarse [en:http://secretariageneral.ugr.es/bougr/pages/bougr112/\\_doc/examenes/!](http://secretariageneral.ugr.es/bougr/pages/bougr112/_doc/examenes/).

**DISEÑO PARA TODOS: NECESIDADES ESPECÍFICAS DE APOYO EDUCATIVO (NEAE):** Siguiendo las recomendaciones de la CRUE y del Secretariado de Inclusión y Diversidad de la UGR, los sistemas de adquisición y de evaluación de competencias recogidos en esta guía docente se aplicarán conforme al principio de diseño para todas las personas, facilitando el aprendizaje y la demostración de conocimientos de acuerdo a las necesidades y la diversidad funcional del alumnado.

## EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

Las pruebas de la convocatoria extraordinaria (examen teórico y en su caso práctico) seguirá los mismos instrumentos, criterios y porcentajes que los descritos en el apartado general referido a la evaluación ordinaria.

## EVALUACIÓN ÚNICA FINAL

### PROCEDIMIENTO Y PLAZOS DE SOLICITUD DE EVALUACIÓN ÚNICA FINAL:

Los estudiantes que se acojan a la evaluación única final a la que hace referencia el artículo 8 de la Normativa de Evaluación y de Calificación de los estudiantes de la Universidad de Granada (aprobada en Consejo de Gobierno el 9 de noviembre de 2016)( <http://sl.ugr.es/09FY>), deberán solicitarlo en las dos primeras semanas de impartición de la asignatura, o en las dos semanas siguientes a su matriculación si ésta se ha producido con posterioridad al inicio de la asignatura. El estudiante lo solicitará, a través de Sede Electrónica (<https://www.ugr.es/universidad/sede-electronica>), al director del Departamento, alegando y acreditando las razones que le asisten para no poder seguir el sistema de evaluación continua. No obstante lo anterior, por causas excepcionales sobrevenidas y justificadas (motivos laborales, estado de salud, discapacidad, programas de movilidad, representación o cualquier otra circunstancia análoga), podrá solicitarse la evaluación única final fuera de los citados plazos, bajo el mismo procedimiento administrativo.

El director del Departamento al que se dirigió la solicitud, oído el profesorado responsable de la asignatura, resolverá la solicitud en el plazo de diez días hábiles. Transcurrido dicho plazo sin que el estudiante haya recibido respuesta expresa por escrito, se entenderá estimada la solicitud.

### DESCRIPCIÓN DE LAS PRUEBAS DE EVALUACIÓN:

La **evaluación única final** consistirá en la realización de un **examen de los contenidos tanto teóricos como prácticos** relacionados con los contenidos de la asignatura tanto en convocatoria de examen ordinaria como extraordinaria. En este caso, el peso de las calificaciones de la componente teórica y práctica de la asignatura será respectivamente de 3/5 (6 puntos sobre 10) y de 2/5 (4 puntos sobre 10) de la calificación final. En cuanto a las pruebas que formarán parte de la componente teórica se realizará una prueba formada por preguntas tipos test y V/F del temario teórico, en el que el alumno tendrá que justificar las preguntas que haya contestado como falsas. Tanto para las preguntas tipo test como las V/F se planteará un sistema de penalización de las respuestas contestadas erróneamente, para evitar el acierto por respuesta al azar. Respecto a las pruebas que formarán parte de la componente práctica, podrá consistir en la resolución de ejercicios, casos prácticos, y/o cualquier otro tipo de prueba que se considere necesaria para acreditar que el estudiante ha adquirido la totalidad de las competencias descritas en la presente Guía Docente de la Asignatura. La calificación final del estudiante será la suma de la calificación obtenida en la componente teórica del examen y la componente práctica **siempre y cuando el alumno haya superado al menos 1/3 de la calificación que corresponde al examen de cada una de**



las partes (teoría o práctica).

### INFORMACIÓN ADICIONAL

El estudiante tiene que tener muy en cuenta que en cualquier trabajo presentado por el estudiante está totalmente prohibido hacer una copia literal ("copiar y pegar") o una traducción literal de contenidos extraídos de fuentes de información de Internet, o de cualquier otro tipo de fuente. Una copia literal de contenidos y/o sin citar adecuadamente supondrá la anulación de toda su evaluación continua y el suspenso en la asignatura. Sí que es del todo recomendable que se hagan consultas previas de otras fuentes para contrastar datos, profundizar en conceptos, descubrir nuevas ideas, etc. En caso de que se requiera comentar estas consultas, el estudiante tendrá que indicar las fuentes utilizadas en forma de referencia bibliográfica a pie de página siguiendo algún estilo de citación (por ejemplo, el estilo de citación APA), teniendo en cuenta que siempre se requiere un comentario personal de las ideas extraídas.

El sistema de calificaciones se expresará mediante calificación numérica de acuerdo con lo establecido en el art. 5 del R. D 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en el territorio nacional.

Todo lo relativo a la evaluación se regirá por la Normativa de evaluación y calificación de los estudiantes vigente en la Universidad de Granada, que puede consultarse en: <http://sl.ugr.es/09FY>

Los profesores realizarán las comunicaciones generales al grupo que estimen oportunas a través de la plataforma PRADO de la Universidad de Granada (<https://prado.ugr.es>), por lo que se recomienda que el estudiante consulte de manera habitual dicha plataforma.

En el caso de existir incidencias con PRADO o algún problema de conectividad en el momento del examen, se deberán justificar debidamente aportando evidencias. En ese caso, se optarán por sistemas telemáticos alternativos, como examen oral por videoconferencia, con grabación de la prueba.

