6-07

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI



INTRODUCCION AL MARKETING TURISTICO

CÓDIGO 01561776

UNED

6-07

INTRODUCCION AL MARKETING TURISTICO

CÓDIGO 01561776

ÍNDICE

OBJETIVOS
CONTENIDOS
EQUIPO DOCENTE
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

OBJETIVOS

Ofrecer una formación introductoria en el área comercial de la empresa turística y en los enfoques y retos de su gestión.
Para conseguir este objetivo, el programa de la asignatura, cuyo resumen se ofrece en el siguiente punto de estas orientaciones, contiene en sus dos primeras partes los conceptos fundamentales del marketing, sus instrumentos y estrategias, las especificidades del sector turístico, de sus mercados y de sus empresas.
Finalmente, la parte tercera está dedicada a los nuevos enfoques y retos que las empresas turísticas han de afrontar en su gestión: nuevas tecnologías, comercio electrónico, internacionalización, gestión de la calidad del producto y de la calidad total, aplicación de Internet, etc.

CONTENIDOS

Parte I. Conceptos fundamentales
Tema 1. Introducción al concepto del Marketing
Tema 2. La empresa turística
Tema 3. La demanda
Tema 4. La segmentación

Parte II. Instrumentos y estrategias comerciales
Tema 5. El producto
Tema 6. La promoción
Tema 7. La distribución y el precio
Tema 8. Las estrategias comerciales

Parte III. El marketing de las empresas turísticas en la sociedad de la información
Tema 9. Comercio electrónico y “e-business”
Tema 10. La internacionalización de las empresas turísticas
Tema 11. La calidad en el sector turístico
Tema 12. Internet en las empresas turísticas

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	RAMON RUFIN MORENO
Correo Electrónico	rrufin@cee.uned.es
Teléfono	91398-6347
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	MARIA DOLORES REINA PAZ
Correo Electrónico	mreina@cee.uned.es
Teléfono	91398-7355
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	MARIA AINHOA RODRIGUEZ OROMENDIA
Correo Electrónico	arodriguez@cee.uned.es
Teléfono	91398-8704
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	GEMA JUBERIAS CACERES
Correo Electrónico	gjuberias@cee.uned.es
Teléfono	91398-8834
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	JESUS MANUEL PLAZA LLORENTE
Correo Electrónico	jplaza@cee.uned.es
Teléfono	91398-9238
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

El programa oficial de la asignatura y las instrucciones para el estudio y la evaluación se podrá consultar en la siguiente página web:
www.uned.es/dpto-eeyc/asigturismo.htm
La unidad didáctica para preparar la asignatura será la siguiente:
RAMÓN RUFÍN y M.ª DOLORES REINA: *Fundamentos de Marketing Turístico*. Editorial Alondra. Madrid, 2006.
El libro se distribuirá exclusivamente a través de la editorial Alondra Ediciones en los teléfonos: 91 181 23 93 o 902 90 13 69 o a través de los Centros Asociados.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Las pruebas presenciales ordinarias constarán de un test o prueba objetiva. Excepto en el caso de los exámenes de reserva y especiales.
El test lo formarán veinticinco preguntas con cuatro respuestas alternativas cada una, de las cuales sólo una será correcta. Los errores penalizarán en una proporción equivalente a la mitad de lo que puntúan positivamente los aciertos. Será imprescindible obtener una puntuación total de cinco en el test para aprobar la asignatura.

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Jueves, de 16 a 20 h. Tels.: 91 398 88 34 Fax: 91 398 63 41 Correo electrónico: gjuberias@cee.uned.es
Servicio telefónico automático (para calificaciones): 902 25 26 56
Página *web* del Departamento: http://www.uned.es/dpto-eeyc

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.