



UNIVERSITAT
ROVIRA I VIRGILI

FACULTAT DE CIÈNCIES
ECONÒMIQUES I EMPRESARIALS

Llicenciatura en Administració i Direcció
d'Empreses
Pla d'estudis de 1992

16012238
Màrqueting Turístic
(4,5 crèdits)

Llicenciatura en Administració i Direcció d'Empreses
Pla estudis 1992
Codi Assignatura: 16012238
Nom Assignatura: Màrqueting Turístic
Crèdits: 4.5

Objectius de l'assignatura i criteris d'avaluació
Treball pràctic
Examen escrit

I . MARKETING DE SERVICIOS

Tema 1 . Naturaleza y clasificación de los servicios.

- 1.1** Naturaleza
- 1.2** Los servicios en los productos ampliados
- 1.3** Clasificación
- 1.4** La servucción y sus elementos

Tema 2 . Características diferenciales de los servicios.

- 2.1** Intangibilidad
- 2.2** Inseparabilidad
- 2.3** Heterogeneidad
- 2.4** Caducidad

Tema 3 . Dimensiones del marketing de servicios.

- 3.1** Marketing Tradicional
- 3.2** Marketing Interactivo
- 3.3** Marketing Interno

Tema 4 . Problemas específicos del marketing de servicio

4.1 Sistema de interacción

4.2 Diferenciación

4.3 Productividad

Tema 5 . La Calidad del Servicio.

5.1 Definición

5.2 Influencia de los elementos de la servucción

5.3 Diseño para la calidad

5.4 Modelo de diagnostico de la calidad

5.5 Mejora de la calidad

Tema 6 . Estrategias de marketing

6.1 Conceptualización del servicio

6.2 Estructuración del servicio

6.3 Comercialización del servicio

II . TURISMO

Tema 7 . Introducción al Turismo.

7.1 El Complejo mundo del Turismo

7.2 Definición Turismo-Turista

7.3 Impactos del Turismo

7.4 Situación actual del Turismo

Tema 8 . Marketing y Turismo.

8.1 Empresas turísticas y empresarios turísticos

8.2 Marketing turístico

8.3 Plan de Marketing turístico

8.4 El Marketing en las pequeñas empresas

Tema 9 . Entorno de la empresa turística.

9.1 Marco de actuación de la empresa turística

9.2 Determinantes del atractivo de una región turística

9.3 Otras variables del entorno

Tema 10 . Estrategias de Marketing turístico.

10.1 Segmentación

10.2 Producto

10.3 Precio

10.4 Distribución

10.5 Comunicación

Bibliografía Bàsica

- **Philip Kotler, John Bowen, James Makens (1997): Mercadotecnia para hotelería y turismo. Ed. Prentice Hall.**
- **Muñoz Oñate, F. (1994): Marketing Turístico. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces.**
- **Altes Machin, C. (1993): Marketing y Turismo. Introducción al Marketing de empresas y destinos turísticos. Ed. Síntesis.**
- **Lovelock, C. (1997): Mercadotecnia de Servicios. 3ª Ed. Prentice Hall**
- **Landa Bercebal, F.J. (1991): Estrategia competitiva para las empresas del sector turístico. Consejería de Economía y Hacienda. Junta de Andalucía.**

Bibliografía Complementària

- **Chias, J. (1991): El Marketing son personas. Ed McGraw-Hill.**
- **Eiglier, P.; Langeard, E. (1989): Servucción. El marketing de los servicios. McGraw-Hill.**
- **Martín Armario, E. (1993): Marketing. Ed. Ariel.**
