



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.**

\*\*\*\*\*