

GUÍA DOCENTE MARKETING TURISTICO

GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL)

CURSO 2026-27

Fecha de publicación: 30-06-2026



I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	2 curso, 1Q semestre
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
Marketing Turístico es una asignatura obligatoria de seis créditos. El objetivo de la misma es proporcionar al alumnado los conocimientos básicos de Marketing, y que son necesarios para su desarrollo profesional en el sector turístico, tanto en su vertiente estratégica como operacional. El Marketing juega un papel fundamental en la creación y supervivencia de la empresa contemporánea. Mucho más en un sector como es el turístico, cuya producción y comercialización entraña características peculiares y un alto grado de incertidumbre, algo que requiere del conocimiento y aplicación del Nuevo Marketing, característico por el desarrollo de tres dimensiones, las cuales comprenderán los contenidos de esta asignatura: una filosofía directiva centrada en el cliente cuyos enfoques, evolución y planificación se estudiarán en la introducción, una dimensión estratégica como disciplina científica para el conocimiento de los consumidores y los mercados, y una tercera operativa de aplicación en la que se aborda el diseño y desarrollo de productos turísticos, junto a las a las decisiones de fijación de precios. Los avances en las TIC ofrecen un gran potencial para la mejora de los procesos de Marketing que ha propiciado cambios en su práctica. Es por ello, que a lo largo del programa de la asignatura, se abordarán las implicaciones que el ámbito digital tiene tanto en los fundamentos del marketing como en sus variables de gestión.
II.B-Presentación en inglés
null

III.-Resultados de Aprendizaje
CG04. Capacidad de gestión de la información CG11. Creatividad CG13. Iniciativa y espíritu emprendedor CE20. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales CE27. Manejar técnicas de comunicación CE30. Tener una marcada orientación de servicio al cliente
- Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: CB - competencias básicas, CG - competencias generales, CE - competencias específicas, CT - competencias transversales. - Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: CON - conocimientos, COM - competencias, HAB - habilidades.



IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

Bloque temático	Tema	Apartados
I. INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS BÁSICOS	Tema 1. Introducción al Marketing turístico	1.1. Naturaleza y alcance del Marketing 1.2. Enfoques de la gestión de Marketing 1.3. Marketing Relacional y Experiencial 1.4. Marketing de servicios y marketing turístico 1.5. La planificación de Marketing turístico
II. MARKETING ESTRATÉGICO	Tema 2. El Entorno de Marketing	2.1. Marketing y entorno turístico 2.2. El microentorno del Marketing 2.3. El macroentorno de Marketing 2.4. Entorno digital y tendencias del turismo 2.5. Marketing turístico responsable
	Tema 3. El comportamiento del consumidor/a turístico/a	3.1. Comportamiento del consumidor y Marketing 3.2. Factores determinantes del comportamiento 3.3. El proceso de decisión de compra del consumidor turístico
	Tema 4. Sistema de Información e Investigación Comercial	4.1. El Sistema de Información de Marketing (SIM) 4.2. Fuentes de información de Marketing en turismo 4.3. El proceso de investigación de Marketing 4.4. Internet e Investigación de Marketing
	Tema 5. La Segmentación de Mercados	5.1. Concepto y objetivos de la segmentación de mercados 5.2. El proceso de segmentación de mercados 5.3. Criterios de segmentación en turismo 5.4. Estrategias de segmentación y posicionamiento
III. MARKETING OPERATIVO	Tema 6. El Producto Turístico	6.1. Concepto y dimensiones del producto turístico 6.2. Estrategias basadas en el ciclo de vida 6.3. Gestión de la cartera de productos 6.4. Decisiones de marca producto y marca destino



	Tema 7. Política de Precios en Turismo 7.1. Concepto y utilidad del precio 7.2. Factores determinantes y procesos para la fijación de precios 7.3. Estrategias de precio en turismo 7.4. <i>Revenue Management</i>
--	--

IV.B.-Actividades formativas	
Tipo	Descripción
Asistencia a clases teóricas	Clases teóricas online. Se realizarán videoclases síncronas semanales en las que los alumnos deben tener una participación colaborativa para su desarrollo.
Lecturas	Se desarrollará un aprendizaje dirigido del estudiante a través de un visionado y lectura de comprensión y asimilación de los materiales proporcionados por el profesor.
Otras actividades	Tutorías asíncronas a través de Foros de tutorías y Videotutorías síncronas a través de la herramienta Teams disponible en Aula Virtual.
Trabajos colectivos	La metodología docente en la titulación semipresencial prevé la necesidad de que se desarrolle una activación del aprendizaje del alumno/a a través de la realización de un conjunto de actividades prácticas que permita la aplicación de los conocimientos que se van adquiriendo a lo largo de los temas del programa. Con este objetivo, estas actividades forman parte de la evaluación continua del alumno/a en la convocatoria ordinaria, por lo que requieren realizarse de forma secuencial y simultánea al desarrollo de los temas durante el periodo lectivo en las fechas establecidas por el profesor. La práctica colectiva consistirá en la realización de: 1. Trabajos en grupo.
Otras actividades	Se propondrá la asistencia a seminarios, actividades o jornadas extracurriculares relacionada con la materia.
Realización de pruebas	Examen presencial (test y/o preguntas de desarrollo). Se realizará en la fecha oficial de la convocatoria ordinaria y extraordinaria.



Trabajos individuales	La metodología docente en la titulación semipresencial prevé la necesidad de que se desarrolle una activación del aprendizaje del alumno/a a través de la realización de un conjunto de actividades prácticas que permita la aplicación de los conocimientos que se van adquiriendo a lo largo de los temas del programa. Con este objetivo, estas actividades forman parte de la evaluación continua del alumno/a en la convocatoria ordinaria, por lo que requieren realizarse de forma secuencial y simultánea al desarrollo de los temas durante el periodo lectivo en las fechas establecidas por el profesor. La práctica individual consistirá en la realización de: 2 Ejercicios individuales de desarrollo aplicado. 3. Ejercicios individuales test de aplicación práctica de conceptos.
-----------------------	--

V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)

Clases teóricas (videoconferencias online)	30
Resolución prácticas de resolución de ejercicios, casos, etc online.	28
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	2
Tutorías académicas online	32
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	16
Lectura y comprensión de materiales	30
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	30
Preparación de pruebas	12
Total de horas de trabajo del alumnado	180

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	Videoclases síncronas semanales en las que los alumnos deben tener una participación colaborativa para su desarrollo. La acción docente para la transmisión de conocimientos teóricos se apoyará en la preparación de los siguientes materiales: 1. Materiales formativos audiovisuales e interactivos presentados en Genially. 2. Bibliografía básica. 3. Conceptos fundamentales. 4. Glosario de términos relacionados. 5. Aplicación práctica de los conceptos. 6. Lecturas. 7. Resumen.



Prácticas	Semana 1 a Semana 15	La propuesta práctica en la titulación semipresencial desarrolla una metodología de aprendizaje activo del alumno a través de la realización de un conjunto de actividades prácticas, en las que a partir de unos conceptos y pautas dados por la profesora, los alumnos buscarán y analizarán la información relevante que permita la aplicación de los conocimientos que se van adquiriendo a lo largo de los temas del programa. La propuesta práctica se desglosará en: 1. Trabajos en grupo. 2. Ejercicios individuales de desarrollo aplicado. 3. Ejercicios individuales test de aplicación práctica de conceptos.
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 18	Participación y debate en Tutorías asíncronas en los Foros de tutorías y en Videotutorías síncronas a través de la herramienta Teams disponible en Aula Virtual.
Pruebas	Semana 16 a Semana 18	Examen presencial (test y/o preguntas de desarrollo). Se realizará en la fecha oficial de la convocatoria ordinaria y/o extraordinaria.

VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación

Sistema de evaluación	Actividad de evaluación	Ponderación	Reevaluable en extraordinaria	Nota mínima	Contenidos	Fecha
1S. Actividades prácticas online de activación del aprendizaje (se realizarán 7 actividades, por tema, de forma secuencial y simultánea al desarrollo de los temas del programa durante el periodo lectivo)	2 Ejercicios / trabajos en grupo	25%	No reevaluables	Calificaciones acumulativas, no se exige Nota mínima.	Temas 3 y 4	Las fechas de las actividades de evaluación figuran en la Guía de Estudio
	13 Ejercicios individuales test de aplicación de conceptos				Temas 1, 6 y 7	Las fechas de las actividades de evaluación figuran en la Guía de Estudio
	2 Ejercicios individuales de desarrollo aplicado	15%	Reevaluable convocatoria extraordinaria	Nota mínima conjunta 5/10	Temas 2 y 5	Las fechas de las actividades de evaluación figuran en la Guía de Estudio
1S. Examen presencial	Examen test	60%	Reevaluable convocatoria extraordinaria	Nota mínima obligatoria de 5/10 para superar la asignatura	Todo el temario	Fecha oficial convocatoria ordinaria

Cálculo de la nota final o global

1. Actividades prácticas online de activación del aprendizaje:

Realización: Estas actividades forman parte de la evaluación continua del alumno/a en la convocatoria ordinaria. Su principal objetivo es la activación del aprendizaje durante el desarrollo del programa, por lo que **requieren realizarse de forma secuencial y simultánea al desarrollo de los temas** durante el periodo lectivo en las fechas establecidas por el profesor.

Ponderación en la calificación final del **40%** en su conjunto.

Actividades:

- Ejercicios/trabajos en grupo.
- Ejercicios test de aplicación de conceptos.

En estas dos actividades No se exige Nota mínima. No reevaluables en la convocatoria extraordinaria. *Las actividades 'No reevaluables' están dirigidas a que los estudiantes se enfrenten a ellas a medida que adquieren conocimientos en la asignatura. Esto supone un reto y contribuye a asimilar la metodología del curso, además de fomentar el trabajo en grupo. Estos dos objetivos no se cumplen en la convocatoria extraordinaria.

- Ejercicios/trabajos individuales de desarrollo aplicado.

En esta actividad se exige Nota mínima de 5/10. Revaluables en la convocatoria extraordinaria.

2. Examen test presencial: reflejará los conocimientos mínimos exigidos para evaluar la asimilación y comprensión de los fundamentos teóricos y prácticos de la asignatura.

Realización: Nota mínima obligatoria de 5/10 para superar la asignatura. Reevaluable en la convocatoria extraordinaria.

Ponderación en la calificación final del **60%**.

Convocatoria extraordinaria

En la **Convocatoria extraordinaria** se podrá reevaluar presencialmente:

1. **Examen test** (ponderación 60%).
2. **Ejercicios individuales** de desarrollo aplicado (ponderación 15%).



Convocatoria adelantada

Para aquellos estudiantes que soliciten la convocatoria adelantada y se les conceda porque cumplen los requisitos establecidos en el Reglamento de Evaluación de los Resultados de Aprendizaje de la URJC.

1. Actividad práctica de activación del aprendizaje. El estudiante deberá realizar una práctica en la que demuestre el dominio de la materia y su razonamiento práctico en relación al contenido de la asignatura. La ponderación de esta actividad será un 40% de la nota final. Es necesario obtener una nota mínima de 5 puntos sobre 10.
2. Examen. El estudiante deberá superar un examen test y/o preguntas de desarrollo aplicado. La ponderación de esta actividad será de un 60% de la nota final. Es necesario obtener una nota mínima de 5 puntos sobre 10 para superar la asignatura.

VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: No

VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales

Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.

Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.



VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

Kotler P.; Bowen, J.; Makens, J.; García de Madariaga, J.; Flores Zamora, J. (2015) (u otras ediciones). *Marketing Turístico*. Editorial Pearson.

Esteban Talaya, A; García de Madariaga, J.; Narros González, M. J.; Olarte Pascual, C.; Reinares Lara, E.; Saco Vázquez, M. (2012) (u otras ediciones). *Principios de Marketing*. Editorial Esic.

Rey Moreno, M. (2020) (u otras ediciones). *Marketing turístico: Fundamentos y Dirección*. Editorial Pirámide.

Bibliografía complementaria

Rubio Gil, A; Sánchez González, P. y González Arnedo, E. (2019). *Diccionario de Nuevo Marketing*. Editorial: Dykinson.

Direcciones web:

- Editur: editur.info
- Exceltur: exceltur.org
- Feria Internacional de Turismo: ifema.es/ferias/fitur
- HostelTur Noticias: hosteltur.com
- Instituto para la Calidad Turística Española: icte.es
- Instituto de Estudios Turísticos: iet.tourspain.es
- Instituto Nacional de Estadística: ine.es
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo: mincotur.es
- Organización Mundial del Turismo (OMT): world-tourism.org
- Tourespaña: tourspain.es

Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. (2021). *Marketing for Hospitality & Tourism*. Global Edition. Prentice Hall.

Bigné, E.; Font, X.; Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos*. Editorial Esic.

IX.-Profesorado

Nombre y apellidos	EVA MARINA REINARES LARA
Correo electrónico	eva.reinares@urjc.es
Departamento	Economía de la Empresa
Campus de impartición	Fuenlabrada, Madrid - Vicálvaro
Categoría	Catedrático/a de Universidad
Titulación académica	Doctor
Responsable de asignatura	Si
Horario de tutorías	Para consultar las tutorías póngase en contacto con el/la profesor/a a través de correo electrónico
Nº de Quinquenios	6
Nº de Sexenios	2
Nº de Sexenios de transferencia	0
Nº de evaluaciones positivas Docencia	6



