CONDUCTA DEL CONSUMIDOR TURISTA Y GESTIÓN COMERCIAL (2016-17)

DATOS GENERALES

Código 41028

Créditos ECTS 3

Departamentos y áreas

Departamento	Área	Dpt. Resp.	Dpt. Acta
MARKETING	COMERCIALIZACION E INVESTIGACION DE MERCADOS	SÍ	SÍ

Estudios en que se imparte

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL TURISMO

Contexto de la asignatura

La asignatura queda contextualizada en un máster de turismo, por la aplicación que tiene para los profesionales del sector turístico, el conocimiento de los factores internos y externos determinantes en los procesos de compra de los consumidores de productos/ servicios turísticos.

OBJETIVOS

Objetivos específicos aportados por el profesorado (2016-17)

Conocer los conceptos básicos del comportamiento del consumidor para la toma de decisiones de compra.
- Tomar decisiones de carácter profesional/empresariales en las que el foco de atención sea el consumidor.
- Ser capaz de reconocer tendencias en el mercado que influyen en el desarrollo de las actividades de consumo turístico.
- Reconocer los distintos condicionantes del proceso de decisión de compra del consumidor.
- Redacción formal y estructurada de un trabajo de investigación original.
- Presentación y defensa del trabajo de investigación comercial en turismo llevado a cabo por los diferentes grupos.

CONTENIDOS

Contenidos teóricos y prácticos (2016-17)

Parte I: Introducción y aspectos generales
Tema 1. Aspectos generales. Marco instrumental para el estudio
Parte II: Factores externos que inciden en la conducta del consumidor turista
Tema 2. La cultura
Tema 3. La clase social
Tema 4. El grupo social
Tema 5. La familia
Parte III: Factores internos que inciden en la conducta del consumidor turista
Tema 6. Necesidades y motivaciones turísticas
Tema 7. Procesamiento de información: análisis de la percepción
Tema 8. Aprendizaje y memoria
Tema 9. La personalidad
Tema 10. Actitudes y cambio de actitudes
Parte IV: análisis de las etapas del proceso de decisión de compra
Tema 11. Proceso de decisión del consumidor turista

EVALUACIÓN

Instrumentos y criterios de Evaluación 2016-17

Realización de actividades/ trabajos dirigidos o casos prácticos: 5 puntos Recuperables con trabajos individuales
Examen final. Resolución de caso práctico. 5 puntos En la 1ª y 2ª convocatorias se realizará un examen final: la resolución de un caso práctico sobre los contenidos del temario.

Para la evaluación de las pruebas extraordinarias se mantendrá la nota de las actividades, de modo que aquellos estudiantes que no hayan asistido a clase durante el curso realizan una prueba por el 100% de la nota, y aquellos que realizaron las actividades tendrán una ponderación del examen por el 50%, guardando su puntuación sobre la actividades presentadas durante el curso.

Tipo	Criterio	Descripción	Ponderación
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	Realización de actividades/ trabajos dirigidos o casos prácticos Recuperables con trabajos individuales	Actividades	50
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	En la 1ª y 2ª convocatorias se realizará un examen final: la resolución de un caso práctico sobre los contenidos del temario.	Examen final. Resolución de caso práctico	50