

# **Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado**

## **Máster en Innovación en Diseño para el Sector Turístico (Interuniversitario)**

**GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :**

**Promoción Turística  
(2020 - 2021)**

## 1. Datos descriptivos de la asignatura

<b>Asignatura: Promoción Turística</b>	<b>Código: 195641102</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Centro: <b>Escuela de Doctorado y Estudios de Postgrado</b></li><li>- Lugar de impartición: <b>Facultad de Bellas Artes</b></li><li>- Titulación: <b>Máster en Innovación en Diseño para el Sector Turístico (Interuniversitario)</b></li><li>- Plan de Estudios: <b>M564 (Publicado en 2015-01-29)</b></li><li>- Rama de conocimiento: <b>Artes y Humanidades</b></li><li>- Itinerario / Intensificación:</li><li>- Departamento/s:<ul style="list-style-type: none"><li><b>Bellas Artes</b></li><li><b>Técnicas y Proyectos en Ingeniería y Arquitectura</b></li><li><b>Dirección de Empresas e Historia Económica</b></li></ul></li><li>- Área/s de conocimiento:<ul style="list-style-type: none"><li><b>Dibujo</b></li><li><b>Expresión Gráfica en la Ingeniería</b></li><li><b>Organización de Empresas</b></li></ul></li><li>- Curso: <b>1</b></li><li>- Carácter: <b>Obligatoria</b></li><li>- Duración: <b>Primer cuatrimestre</b></li><li>- Créditos ECTS: <b>3,0</b></li><li>- Modalidad de impartición:</li><li>- Horario: <b>Enlace al horario</b></li><li>- Dirección web de la asignatura: <b><a href="http://www.campusvirtual.ull.es">http://www.campusvirtual.ull.es</a></b></li><li>- Idioma: <b>Castellano</b></li></ul>	

## 2. Requisitos para cursar la asignatura

Recomendables: Conocer el entorno Moodle aplicado al aprendizaje

## 3. Profesorado que imparte la asignatura

<b>Profesor/a Coordinador/a: MARTA ARBELO PÉREZ</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Grupo: <b>1</b></li></ul>
<b>General</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Nombre: <b>MARTA</b></li><li>- Apellido: <b>ARBELO PÉREZ</b></li><li>- Departamento: <b>Dirección de Empresas e Historia Económica</b></li><li>- Área de conocimiento: <b>Organización de Empresas</b></li></ul>

<b>Contacto</b> - Teléfono 1: - Teléfono 2: - Correo electrónico: <b>marbelpe@ull.es</b> - Correo alternativo: - Web: <b>http://www.campusvirtual.ull.es</b>						
<b>Tutorías primer cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	08:00	14:00	- - -	Online
Observaciones: Para llevar a cabo la tutoría online, usaremos la herramienta Hangouts con el usuario marbelpe@ull.edu.es						
<b>Tutorías segundo cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Miércoles	08:00	14:00	- - -	Google meet
Observaciones: Las tutorías serán online, mediante cita previa al siguiente email: marbelpe@ull.edu.es						

#### 4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Disciplinas del Diseño para el Turismo**  
 Perfil profesional: **Diseñador y gestor de empresas y actividades turísticas**

#### 5. Competencias

##### Básicas

**CB6** - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

**CB7** - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

**CB8** - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

**CB9** - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones (y los conocimientos y razones últimas que las sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

**CB10** - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

##### Específicas

**CE1** - Comprender la práctica del diseño como un método de investigación en sí mismo basado en la creatividad aplicada (de acuerdo con la definición del concepto de Design thinking utilizado internacionalmente como uno de los métodos útiles en la dinámica de la innovación).

**CE4** - Conocer la implicación medioambiental de los proyectos y saber tomar decisiones que aminoren o eviten un impacto medioambiental nocivo.

**CE5** - Diseñar para todos, aplicando los principios del diseño universal en entornos, productos y comunicaciones del sector turístico.

**CE6** - Saber poner en valor la diversidad cultural como herramienta de innovación para el turismo.

**CE10** - Tener capacidad para utilizar las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para los productos turísticos desde una perspectiva crítica, creativa e innovadora.

#### Generales

**CG2** - Saber aplicar las técnicas creativas para detectar y resolver problemas mediante el diseño.

**CG4** - Conocer en profundidad los valores simbólicos y de los procesos de semiosis que operan en la cultura material (paisajes, entornos e interiores, productos y comunicados visuales).

**CG5** - Conocer y manejar herramientas avanzadas para identificar el contexto sociocultural de los problemas que puedan resolverse mediante el diseño.

## 6. Contenidos de la asignatura

### Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

#### Módulo I. Marketing turístico

Importancia del marketing en el sector turístico

Marketing mix

Segmentación de mercados y selección de público objetivo

Instrumentos de promoción

#### Módulo II. Utilización de las tecnologías de la información para la promoción de productos turísticos

Marketing digital en el sector turístico

Las cuatro áreas del marketing turístico online

Webs y portales turísticos

Posicionamiento

#### MODULO III.- Neuromarketing turístico

Neuroanálisis del mercado turístico

La experiencia sensorial turística

### Actividades a desarrollar en otro idioma

Búsqueda y consulta de información en bibliografía y webs internacionales

## 7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

### Descripción

Clases magistrales por módulos donde se desarrollarán los conceptos fundamentales de la asignatura y se analizarán casos prácticos tanto en el ámbito internacional como en el local.

Estudio autónomo del alumno sobre los requerimientos planteados en las clases que se reforzarán con tutorías en grupo e individuales.

Por último, la realización de un trabajo teórico.

### Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	10,00	0,00	10,0	[CG5], [CE10], [CE6], [CE1], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	6,00	0,00	6,0	[CG4], [CG2], [CE10], [CE6], [CE1], [CB7]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	0,00	5,00	5,0	[CB6]
Realización de trabajos (individual/grupal)	3,00	15,00	18,0	[CG5], [CE10], [CE1]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	20,00	20,0	[CE10]
Realización de exámenes	2,00	0,00	2,0	[CG5], [CG4], [CG2], [CE10], [CE6], [CE5], [CE4], [CE1], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6]
Prácticas de campo (externa)	3,00	5,00	8,0	[CG4], [CE6]
Estudio y análisis de casos	6,00	0,00	6,0	[CB10], [CB9], [CB8]
Total horas	30,00	45,00	75,00	
		Total ECTS	3,00	

## 8. Bibliografía / Recursos

### Bibliografía Básica

ACERENZA, Miguel Ángel, Promoción turística: un enfoque metodológico, México [d.f.]: Trillas, 1991. ACERENZA, Miguel Ángel, Fundamentos de marketing turístico, México: Trillas; Sevilla: Eduforma - MAD, 2006. ALBERICH PASCUAL, J., Comunicación audiovisual digital. Primera edición, editorial UOC, Barcelona, 2005. BRENT RITCHIE, J. R. AND R. GOELDNER Charles, Travel, tourism and hospitality research: a handbook for managers and researchers / Edited by. John Wiley & Sons, New York [ etc ]: (1994)  
 BORJA SOLE, L. El consumidor turístico, primera edición. ESIC editorial, España. 2002.  
 KATLER, P.; BOWEN, J.; RUFIN MORENO, R.; REINA PAZ, M.D. Marketing para el turismo, tercera edición. Pearson Educación, S.A., Madrid, 2004.

### Bibliografía Complementaria

### Otros Recursos

Aula virtual: <http://campusvirtual.ull.es/>

## 9. Sistema de evaluación y calificación

### Descripción

Esta asignatura tiene un carácter teórico-práctico y se basará fundamentalmente en clases magistrales por módulos, en las que se expondrán y desarrollarán los diversos contenidos apoyados en ejemplos y casos prácticos.

Criterios y modalidad de evaluación:

Se aplicará un sistema de evaluación continua que permita valorar la evolución del alumno en cada momento del proceso de aprendizaje, así como su implicación activa en las clases y su participación en los debates.

Por medio de un trabajo teórico-práctico, se calificará el nivel de conocimiento de los contenidos impartidos y el grado de madurez de las competencias requeridas. Se tendrá en cuenta la originalidad e interés de la propuesta, la capacidad para plantear temas de investigación y de reflexión innovadores en relación al sector turístico, el rigor en la argumentación, la capacidad de análisis, la riqueza y variedad del material consultado, la utilización de citas, referencias bibliográficas, etc., y la presentación.

### Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
----------------	--------------	-----------	-------------

Trabajos y proyectos	[CG5], [CG4], [CG2], [CE10], [CE6], [CE5], [CE4], [CE1], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6]	Aplicación de los conocimientos adquiridos a la actividad propuesta. Capacidad para proponer temas desde una perspectiva original. Rigor en la argumentación y capacidad de análisis.	80,00 %
Escalas de actitudes	[CB10], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6]	Participación en las clases e interés de las aportaciones.	20,00 %

## 10. Resultados de Aprendizaje

El alumno sabrá identificar y evaluar aquellos elementos de las campañas de promoción turística que puedan ser de interés para aplicarlos en propuestas de innovación en el diseño orientado al sector turístico.

## 11. Cronograma / calendario de la asignatura

### Descripción

-

Primer cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Módulo I Modulo II	Clases magistrales y estudios de casos.	15.00	24.00	39.00
Semana 2:	Módulo II Modulo III	Clases magistrales y estudios de casos. .	15.00	21.00	36.00
Total			30.00	45.00	75.00