

Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife Grado en Turismo (EUTUR)

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA (ESCENARIO 0):

**Promoción de Destinos y Productos Turísticos
(2021 - 2022)**

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Promoción de Destinos y Productos Turísticos	Código: 519453205
<ul style="list-style-type: none">- Centro: Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife- Lugar de impartición: Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife- Titulación: Grado en Turismo (EUTUR)- Plan de Estudios: 2009 (Publicado en 2010-11-22)- Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas- Itinerario / Intensificación:- Departamento/s:<ul style="list-style-type: none">Dirección de Empresas e Historia EconómicaEscuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife- Área/s de conocimiento:<ul style="list-style-type: none">Comercialización e Investigación de MercadosEconomía, Contabilidad y Dirección de Empresas- Curso: 3- Carácter: Obligatoria- Duración: Segundo cuatrimestre- Créditos ECTS: 6,0- Modalidad de impartición: Presencial- Horario: Enlace al horario- Dirección web de la asignatura: http://eutur.es/- Idioma: Castellano	

2. Requisitos para cursar la asignatura

Haber superado la asignatura Marketing Turístico. ? Conocer la comunicación 2.0 a nivel usuario.

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: NISAMAR BAUTE DÍAZ
- Grupo:
General <ul style="list-style-type: none">- Nombre: NISAMAR- Apellido: BAUTE DÍAZ- Departamento: Dirección de Empresas e Historia Económica- Área de conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados

Contacto - Teléfono 1: - Teléfono 2: - Correo electrónico: nbautedi@ull.es - Correo alternativo: - Web: http://www.campusvirtual.ull.es						
Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	16:30	19:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, 2ª planta, módulo 2, Seminario
Todo el cuatrimestre		Jueves	10:00	13:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, 2ª planta, módulo 2, Seminario
Observaciones: En el caso de que se estuviera en el escenario 1, las tutorías serán virtuales, a través de Google Meet y el correo institucional nbautedi@ull.edu.es						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho

Todo el cuatrimestre		Miércoles	09:00	13:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, 2ª planta, módulo 2, Seminario
Todo el cuatrimestre		Miércoles	16:00	18:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, 2ª planta, módulo 2, Seminario
<p>Observaciones: En el caso de que se estuviera en el escenario 1, las tutorías serán virtuales, a través de Google Meet y el correo institucional nbautedi@ull.edu.es</p>						

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Destinos Turísticos.**

Perfil profesional: **Capacitar al alumnado para analizar y desarrollar estrategias comerciales en el ámbito de la empresa y/u organizaciones turísticas. Formación de profesionales en el ámbito de “productos y actividades turísticas”, que habitualmente comprende lo que se denomina oferta complementaria (parques temáticos, parques naturales, campos de golf, clubes náuticos, centros termales, congresos y convenciones, deporte y aventura, etc.). Asimismo, la asignatura capacita a profesionales en el ámbito de la “planificación y gestión pública de destinos”, que incluye todas aquellas instituciones que, a través de diversos instrumentos, se ocupan de definir un destino turístico a nivel local, regional, autonómico y nacional, a la vez que establecer las bases para su gestión, planificación y promoción.**

5. Competencias

Competencias Específicas del Título (CE):

CE26.2 - Conocer las tipologías de consumidores y modalidades de destinos internacionales.

CE22.3 - Saber comprender los resultados que le ofrecen las técnicas.

CE17.5 - Conocer los principios básicos de la gestión del destino.

- CE17.4** - Conocer las variables que condicionan el posicionamiento e imagen del destino turístico.
- CE17.3** - Comprender los factores determinantes de la localización turística.
- CE13.4** - Conocer los principios básicos del protocolo y de las relaciones públicas.
- CE13.3** - Conocer las principales técnicas de comunicación aplicables a las organizaciones turísticas.
- CE13.2** - Conocer las principales técnicas de negociación.
- CE13.1** - Conocer los elementos y flujos del proceso de comunicación.
- CE11.2** - Conocer las herramientas y aplicaciones básicas como: investigación de mercados o plan de marketing, creación de productos turísticos, determinación de precios, comunicación y distribución.
- CE11.1** - Conocer las teorías y conceptos básicos en marketing turístico como: demanda, comportamiento del consumidor, mercado, segmentación, posicionamiento.
- CE7.2** - Conocer las interrelaciones que se producen entre los agentes del sector turístico así como la necesidad de competir y cooperar entre ellos.
- CE7.1** - Conocer y reconocer los principales agentes que actúan en el mercado turístico nacional e internacional: Administraciones Públicas, empresas de proveedores finales, agentes de distribución y mediación, organizaciones no gubernamentales, sociedad civil, etc.
- CE6.3** - Conocer los diferentes aspectos y técnicas de comunicación externa (captación, atención y fidelización).
- CE6.2** - Conocer los diferentes tipos de clientes y sus necesidades.
- CE6.1** - Conocer las particularidades del servicio turístico.

Competencias Generales del Título (CG):

- CG6** - Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
- CG7** - Reconocer los principales agentes turísticos.
- CG11** - Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.
- CG13** - Manejar técnicas de comunicación.
- CG17** - Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos.
- CG22** - Analizar los impactos generados por el turismo.
- CG26** - Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial.

Competencias Básicas del Título (CB):

- CB1** - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- CB2** - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- CB3** - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión.
- CB4** - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- CB5** - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

CONTENIDOS TEÓRICOS.

BLOQUE I.

1. Coyuntura turística e implicaciones para el marketing.
2. La promoción: qué decir, a quién y en qué momento.

BLOQUE II.

3. Publicidad: conseguir vender a través de la seducción.
4. Venta personal: técnicas que ayudan a comprar.
5. Promoción de ventas: aumentar las ventas sin afectar a la imagen.
6. Relaciones públicas: el arte de persuadir sin que lo parezca.

BLOQUE III.

7. Herramientas de promoción digital.
8. Publicidad móvil.
9. Comunicación sensorial y experiencial.

Actividades a desarrollar en otro idioma

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

Se sigue una metodología de enseñanza-aprendizaje en la que se combinan clases teóricas planteadas con un método expositivo de los temas, imprescindibles para la transmisión de los conocimientos básicos y de los problemas a resolver, con clases prácticas que sirven para aplicar los conocimientos impartidos en las horas teóricas y como forma de motivar al alumno en la investigación y profundización de los temas tratados.

Mediante la preparación de las prácticas, los estudiantes adquieren competencias en conocimiento, análisis, razonamiento crítico y capacidad para la argumentación. Asimismo, con el desarrollo práctico, que consiste en la realización de un Plan de Promoción de un producto o un destino turístico el alumnado adquiere el protagonismo de su aprendizaje y desarrolla competencias en la resolución de problemas, la indagación y la obtención de resultados entre otras dimensiones.

*(*En caso que no sea posible mantener el porcentaje de presencialidad de todas las actividades formativas programadas en esta asignatura, en atención a las medidas de seguridad y distanciamiento físico previstas por el Ministerio de Sanidad, primarán las actividades prácticas de la materia y las realizadas en grupos pequeños (seminarios/talleres), realizándose en su caso las clases teóricas de manera virtual, y se informará al estudiantado con carácter previo a través del aula virtual de la asignatura.*

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	30,00	0,00	30,0	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG26], [CG22], [CG17], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE7.1], [CE7.2], [CE11.1], [CE11.2], [CE13.1], [CE13.2], [CE13.3], [CE13.4], [CE17.3], [CE17.4], [CE17.5], [CE22.3], [CE26.2]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	22,00	0,00	22,0	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG26], [CG17], [CG13], [CG11], [CG7], [CE7.1], [CE7.2], [CE11.2], [CE13.1], [CE13.2], [CE13.3], [CE13.4], [CE17.4], [CE26.2]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	5,00	0,00	5,0	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG22], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE22.3]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	30,00	30,0	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG26], [CG22], [CG17], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE7.1], [CE7.2], [CE11.1], [CE11.2], [CE13.1], [CE13.2], [CE13.3], [CE13.4], [CE17.3], [CE17.4], [CE17.5], [CE22.3], [CE26.2]

Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	20,00	20,0	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG26], [CG22], [CG17], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE7.1], [CE7.2], [CE11.1], [CE11.2], [CE13.1], [CE13.2], [CE13.3], [CE13.4], [CE17.3], [CE17.4], [CE17.5], [CE22.3], [CE26.2]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	20,00	20,0	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG26], [CG17], [CG13], [CG11], [CG7], [CE7.1], [CE7.2], [CE11.2], [CE13.1], [CE13.2], [CE13.3], [CE13.4], [CE17.4], [CE26.2]
Preparación de exámenes	0,00	20,00	20,0	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG26], [CG22], [CG17], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE7.1], [CE7.2], [CE11.1], [CE11.2], [CE13.1], [CE13.2], [CE13.3], [CE13.4], [CE17.3], [CE17.4], [CE17.5], [CE22.3], [CE26.2]
Realización de exámenes	3,00	0,00	3,0	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG26], [CG22], [CG17], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE7.1], [CE7.2], [CE11.1], [CE11.2], [CE13.1], [CE13.2], [CE13.3], [CE13.4], [CE17.3], [CE17.4], [CE17.5], [CE22.3], [CE26.2]

Total horas	60,00	90,00	150,00	
		Total ECTS	6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

KOTLER, BOWER, MAKENS & BALOGLU (2017). Marketing for Hospitality and Tourism, 7th Edition
 CAMPOS, S. y YAGÜE, M.J. (2011): Publicidad y promoción en las empresas turísticas. Síntesis, Madrid.
 KOTLER, P. (2007): Marketing para turismo. Prentice Hall, Madrid.
 McCABE, S. (2009): Marketing Communications in Tourism & Hospitality. Concepts, Strategies and Cases. Elsevier, Oxford.

Bibliografía Complementaria

Otros Recursos

Enlaces a vídeos, artículos y otros materiales a través del aula virtual de la asignatura.

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

EVALUACIÓN CONTINUA:

El sistema de evaluación continua consiste en la realización de exámenes parciales, casos prácticos y actividades de clase, la realización de un seminario de investigación en promoción de destinos y productos turísticos, y otras actividades complementarias.

Se realizará un parcial eliminatoria a lo largo del cuatrimestre.

Condiciones para superar la evaluación continua:

1. No acumular más de 4 faltas a las clases presenciales
2. Obtener una calificación de 5 puntos sumando exámenes + casos prácticos + seminario
3. Obtener al menos un 50% tanto en los exámenes, como los casos prácticos y el seminario

Cualquier retraso en las entregas supondrá una penalización de un mínimo del 20% en la calificación de la misma, hasta considerarse no evaluable la entrega.

ALUMNADO QUE NO SE ACOJA A LA EVALUACIÓN CONTINUA:

El sistema de evaluación final consiste en la realización de un examen final y un trabajo que evaluará las mismas competencias que trabaja y desarrolla el alumnado de la evaluación continua por lo que su dificultad y dedicación son equivalentes.

Distribución de la calificación:

Examen 70%:

Trabajo Final 30%

Condiciones para superar la evaluación final:

1. Responder correctamente a las preguntas de conocimientos mínimos del examen y realizar la entrega del trabajo final de la asignatura.
2. Obtener una puntuación de 5/10 tanto en el examen como en el informe del trabajo final.
3. Obtener una calificación de 5/10 sumando la puntuación del examen (80%) y del trabajo (20%).

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG26], [CG22], [CG17], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE7.1], [CE7.2], [CE11.1], [CE11.2], [CE13.1], [CE13.2], [CE13.3], [CE13.4], [CE17.3], [CE17.4], [CE17.5], [CE22.3], [CE26.2]	Desarrollo correcto de al menos un 50%	50,00 %
Trabajos y proyectos	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG26], [CG22], [CG17], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE6.1], [CE6.2], [CE6.3], [CE7.1], [CE7.2], [CE11.1], [CE11.2], [CE13.1], [CE13.2], [CE13.3], [CE13.4], [CE17.3], [CE17.4], [CE17.5], [CE22.3], [CE26.2]	Planteamiento y desarrollo correcto del 50%	40,00 %
Escalas de actitudes	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1]	Disponibilidad y atención. Capacidad, comprensión y análisis.	10,00 %

10. Resultados de Aprendizaje

- Capacidad para aplicar los conceptos e instrumentos de la comunicación del marketing aplicados a la industria turística.
- Poner en práctica los procedimientos necesarios para el desarrollo de estrategias y decisiones de productos turísticos e instrumentos de la comunicación.

- Capacidad para trabajar en equipo y en entornos de incertidumbre, gestionar el tiempo, comunicar y presentar trabajos, proyectos y propuestas, entre otros aspectos.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

Este cronograma es orientativo y puede estar sujeto a modificaciones si lo demanda el desarrollo de la materia.

Segundo cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Tema 1	Clase Teórico	4.00	4.00	8.00
Semana 2:	Tema 2	Clase Teórico Práctico	4.00	6.00	10.00
Semana 3:	Tema 2	Clase Teórico Práctico	4.00	6.00	10.00
Semana 4:	Tema 3	Clase Teórico Práctico	4.00	6.00	10.00
Semana 5:	Tema 3	Clase Teórico Práctico	4.00	6.00	10.00
Semana 6:	Tema 4	Clase Teórico Práctico	4.00	6.00	10.00
Semana 7:	Tema 4 y 5	Clase Teórico Práctico	4.00	6.00	10.00
Semana 8:	Tema 5	Clase Teórico Práctico	4.00	6.00	10.00
Semana 9:	Tema 6	Clase magistral (4 h.)	4.00	6.00	10.00
Semana 10:	Tema 6	Clase Teórico Práctico	4.00	6.00	10.00
Semana 11:	Tema 7	Clase Teórico Práctico	4.00	6.00	10.00
Semana 12:	Tema 7	Clase Teórico Práctico	4.00	6.00	10.00
Semana 13:	Tema 8	Clase Teórico Práctico	4.00	6.00	10.00
Semana 14:	Evaluación	Evaluación y trabajo autónomo del alumno/a para la preparación de la evaluación.	3.00	4.00	7.00
Semana 15:	Sin Docencia	Seguimiento y supervisión de evaluación continua / También puede ser tutorización	2.00	0.00	2.00
Semana 16 a 18:	Evaulación	Preparación de la asignatura y realización de examen.	3.00	10.00	13.00
Total			60.00	90.00	150.00