# Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife

## Grado en Turismo (EUTUR)

### GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA (ESCENARIO 1):

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

## 1. Datos descriptivos de la asignatura

| Asignatura: Promoción de Destinos y Productos Turísticos | Código: 519453205 |
|---|---|

- 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:
  **Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife**
- Área/s de conocimiento:
  **Economía, 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: ROSA MARÍA FERRER CERESOLA**

- Grupo: **ÚNICA**

**General**
- Nombre: **ROSA MARÍA**
- Apellido: **FERRER CERESOLA**
- Departamento: **Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife**
- Área de conocimiento: **Economía, Contabilidad y Dirección de Empresas**

**Contacto**
- Teléfono 1: **922225006**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **rosaferrer87@gmail.com**
- Correo alternativo:
- Web: **https://eutur.es/**

**Tutorías primer cuatrimestre:**

| Desde | Hasta | Día | Hora inicial | Hora final | Localización | Despacho |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Todo el cuatrimestre | | Miércoles | 08:00 | 09:00 | Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife - EUTSC | |
| Todo el cuatrimestre | | Jueves | 08:00 | 09:00 | Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife - EUTSC | |

Observaciones: Modalidad online

**Tutorías segundo cuatrimestre:**

| Desde | Hasta | Día | Hora inicial | Hora final | Localización | Despacho |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Todo el cuatrimestre | | Miércoles | 08:00 | 09:00 | Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife - EUTSC | |
| Todo el cuatrimestre | | Jueves | 08:00 | 09:00 | Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife - EUTSC | |

Observaciones: Modalidad online

## 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

Temas:

1. Introducción a la comunicación
2. Instrumentos tradicionales de comunicación:

Publicidad
Venta personal
Promoción de ventas
Relaciones Públicas
Marketing directo

3. Tendencias en la comunicación (publicidad online, marketing móvil)

4. La gestión del cliente (marketing relacional)

5. La promoción de destinos turísticos

6. Otras formas de comunicación (merchandising, etc.)

### Actividades a desarrollar en otro idioma

-

## 7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

### Descripción

El desarrollo de la asignatura se apoyará en las clases teóricas que se desarrollarán mediante la exposición de la profesora sobre el contenido de cada uno de los temas tratando de orientar la comprensión y el estudio de la materia.
Se plantearán casos prácticos correspondientes a la administración en las empresas planteando actividades a desarrollar por el alumnado y que deberán luego exponer las conclusiones al resto de equipos y debatir las mismas, fomentando de esta manera el aprendizaje cooperativo.
Las tutorías posibilitarán consultar de manera presencial las dudas que no se hayan podido resolver en el resto de sesiones.
Como recurso de apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje se contará con el Aula Virtual de la asignatura.
Todos los estudiantes matriculados/as en la asignatura estarán registrados en el aula virtual. Se considera requisito imprescindible y obligatorio que el/la alumno/a actualice su perfil del aula virtual e incorpore la fotografía para su identificación.
El aula virtual funcionará como:
1. Foro para el intercambio de información, directrices, ideas, discusiones, observaciones y sugerencias sobre la asignatura, en general, y sobre los temas y actividades prácticas e investigaciones a realizar, en particular.
2. Espacio para la realización y entrega de actividades.
3. Repositorio documental, en el que se incluirán los temas, lecturas y actividades de la asignatura.
4. Espacio para la tutorización virtual.
5. Espacio para la publicación de calificación de los parciales, trabajos, prácticas, así como de los exámenes oficiales en cada convocatoria.

*(*) En caso que no sea posible mantener el porcentaje de clases presenciales 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. Y ARMSTRONG, G (2018): Principles of Marketing. 17th Edition Pearson Education

McCABE, S. (2009): Marketing Communications in Tourism & Hospitality. Concepts, Strategies and Cases. Elsevier, Oxford.

### Bibliografía Complementaria

Nuevas tendencias en comunicación. Joaquín Sanchez y Teresa Pintado. ESIC (2014).
Relaciones públicas: eficacia de la influencia. Octavio Rojas. Ed ESIC (2012).
Merchandising. Ricardo Palomares. ESIC (2011).
Marketing de destinos turísticos. E. Bigné, X. Font, L. Andreu. Esic Editorial (2000).

### Otros Recursos

Recursos que se publicarán en el aula virtual de la asignatura. Lecturas que se proporcionarán durante el curso.

## 9. Sistema de evaluación y calificación

### Descripción

**EVALUACIO■N 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 EVALUACIO■N 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], [CG13], [CG11], [CE11.1], [CE11.2], [CE13.1] | 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

[1] Capacidad para aplicar los conceptos e instrumentos de la comunicación del marketing aplicados a la industria turística.
[2] Poner en práctica los procedimientos necesarios para el desarrollo de estrategias y decisiones de productos turísticos e instrumentos de la comunicación.
[3] 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 | Teoría | 4.00 | 4.00 | 8.00 |
| Semana 2: | Tema 2 | Teoría y Práctica | 4.00 | 6.00 | 10.00 |
| Semana 3: | Tema 2 | Teoría y Práctica | 4.00 | 6.00 | 10.00 |
| Semana 4: | Tema 3 | Teoría y Práctica | 4.00 | 6.00 | 10.00 |
| Semana 5: | Tema 3 | Teoría y Práctica | 4.00 | 6.00 | 10.00 |
| Semana 6: | Tema 4 | Teoría y Práctica | 4.00 | 6.00 | 10.00 |
| Semana 7: | Tema 4 | Teoría y Práctica | 4.00 | 6.00 | 10.00 |
| Semana 8: | Tema 5 | Teoría y Práctica | 4.00 | 6.00 | 10.00 |
| Semana 9: | Tema 5 | Teoría y Práctica | 4.00 | 6.00 | 10.00 |
| Semana 10: | Tema 6 | Teoría y Práctica | 4.00 | 6.00 | 10.00 |
| Semana 11: | Tema 6 | Teoría y Práctica | 4.00 | 6.00 | 10.00 |
| Semana 12: | Tema 7 | Teoría y Práctica | 4.00 | 6.00 | 10.00 |
| Semana 13: | Tema 7 | Teoría y Práctica | 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 |