Escuela Universitaria de Turismo Iriarte

Grado en Turismo (IRIARTE)

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: 509433205

- Centro: **Escuela Universitaria de Turismo Iriarte**
- Lugar de impartición: **Escuela Universitaria de Turismo Iriarte**
- Titulación: **Grado en Turismo (IRIARTE)**
- Plan de Estudios: **2009 (Publicado en 2009-11-25)**
- Rama de conocimiento: **Ciencias Sociales y Jurídicas**
- Itinerario / Intensificación:
- Departamento/s:
  Marketing
- Área/s de conocimiento:
  Marketing
- 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://www.iriarteuniversidad.es**
- Idioma: **Castellano**

2. Requisitos para cursar la asignatura

Recomendable haber superado la asignatura de Marketing turístico

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: MILENA TRENTA

- Grupo:

General
- Nombre: **MILENA**
- Apellido: **TRENTA**
- Departamento: **Marketing**
- Área de conocimiento: **Marketing**

Contacto
- Teléfono 1:
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **trentamilena@gmail.com**
- Correo alternativo:

Tutorías primer cuatrimestre:						
Desde	**Hasta**	**Día**	**Hora inicial**	**Hora final**	**Localización**	**Despacho**
Todo el cuatrimestre		Lunes	15:00	17:00	Escuela Universitaria de Turismo Iriarte - EUTI	1 al 4
Todo el cuatrimestre		Miércoles	15:00	17:00	Escuela Universitaria de Turismo Iriarte - EUTI	1 al 4
Observaciones: En el escenario 1, las tutorías se realizarán en línea vía Google Meet.						
Tutorías segundo cuatrimestre:						
Desde	**Hasta**	**Día**	**Hora inicial**	**Hora final**	**Localización**	**Despacho**
Todo el cuatrimestre		Lunes	15:00	17:00	Escuela Universitaria de Turismo Iriarte - EUTI	1 al 4
Todo el cuatrimestre		Miércoles	15:00	17:00	Escuela Universitaria de Turismo Iriarte - EUTI	1 al 4
Observaciones: En el escenario 1, las tutorías se realizarán en línea vía Google Meet.						

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Obligatoria**
Perfil profesional: **Administración y gestión de empresas. Viajes, turismo, ocio**

5. Competencias

Competencias específicas

CE6.1 - 6.1 Conocer las particularidades del servicio turístico
CE6.2 - 6.2 Conocer los diferentes tipos de clientes y sus necesidades
CE6.3 - 6.3 Conocer los diferentes aspectos y técnicas de comunicación externa (captación, atención y fidelización)
CE7.1 - 7.1 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.
CE7.2 - 7.2 Conocer las interrelaciones que se producen entre los agentes del sector turístico
CE11.1 - 11.1 Conocer las teorías y conceptos básicos en marketing turístico como: demanda, comportamiento del

consumidor, mercado, segmentación, posicionamiento
CE11.2 - 11.2 Conocer las herramientas y aplicaciones básicas como: investigación de mercados o plan de marketing, creación de productos turísticos, determinación de precios, comunicación y distribución
CE13.1 - 13.1 Conocer los elementos y flujos del proceso de comunicación
CE13.2 - 13.2 Conocer las principales técnicas de negociación
CE13.3 - 13.3 Conocer las principales técnicas de comunicación aplicables a las organizaciones turísticas
CE13.4 - 13.4 Conocer los principios básicos del protocolo y las relaciones públicas
CE17.3 - 17.3 Comprender los factores determinantes de la localización turística
CE17.4 - 17.4 Conocer las variables que condicionan el posicionamiento e imagen del destino turístico
CE17.5 - 17.5 Conocer los principios básicos de la gestión del destino
CE22.3 - 22.3 Saber comprender los resultados que le ofrecen las técnicas
CE26.2 - 26.2 Conocer las tipologías de consumidores y modalidades de destinos internacionales

Competencias Generales

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

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de textos avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos de la vanguardia de su campo de estudios
CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vacación 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 sobre temas relevantes de índole social, científica o ética
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

1.- Introducción a la comunicación
2.- Intrumentos tradicionales de comunicación:
-Publicidad

-Venta personal
-Promoción de ventas
-Relaciones públicas
-Marketing directo
3.- Tendencias en la comunicación
(publicidad online, marketing móvil, Travel 2.0, etc.)
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

Casos prácticos

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

Las clases se impartirán de forma teórica y práctica y se emplearán las siguientes técnicas metodológicas:

•Lección magistral método expositivo
•Clases prácticas
•Seminarios (en pequeño o gran grupo)
•Trabajo individual y/o grupal (sesiones de trabajo supervisadas en las que los estudiantes trabajan en un objetivo común)
•Evaluación (pruebas escritas, orales, prácticas, etc., utilizadas en la evaluación el progreso de los estudiantes)
•Tutoría (período de instrucción en el que interactúan profesor y estudiante con el objetivo de revisar y discutir materiales y temas presentados en clase)
•Exposiciones, debates y presentación de trabajos y proyectos (supervisados por el profesor, desarrollados ante un público especializado o no especializado)
•Salidas de campo, visitas (aquellas actividades que se realicen fuera del centro y que permitan al alumnado adquirir las competencias profesionales propias del sector turístico)
•Estudio personal (preparación de trabajos/proyectos/informes, búsqueda de documentación, preparación de pruebas, exámenes, etc.) El informe final escrito se presentará al final del cuatrimestre en formato PDF o Word y se defenderá oralmente, en fecha a convenir.

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	27,00	0,00	27,0	[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], [CG6], [CG7], [CG11], [CG13], [CG17], [CG22], [CG26], [CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	30,00	30,00	60,0	[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], [CG6], [CG7], [CG11], [CG13], [CG17], [CG22], [CG26], [CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	8,00	8,0	[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], [CG6], [CG7], [CG11], [CG13], [CG17], [CG22], [CG26], [CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5]

Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	30,00	30,0	[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], [CG6], [CG7], [CG11], [CG13], [CG17], [CG22], [CG26], [CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	20,00	20,0	[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], [CG6], [CG7], [CG11], [CG13], [CG17], [CG22], [CG26], [CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5]
Realización de exámenes	3,00	0,00	3,0	[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], [CG6], [CG7], [CG11], [CG13], [CG17], [CG22], [CG26], [CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5]

Asistencia a tutorías	0,00	2,00	2,0	[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], [CG6], [CG7], [CG11], [CG13], [CG17], [CG22], [CG26], [CB1], [CB2], [CB3], [CB4], [CB5]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
		Total ECTS	6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

- Destination Marketing. Steven Pike. BH Elsevier.
- Marketing Island Destinations. Concepts and Cases. Elsevier 2010.
- Marketing para Turismo. Philip Kotler, et al. Pearson Educación, SA. Madrid 2004

Bibliografía Complementaria

Otros Recursos

Webs corporativa de Turismo de Tenerife http://www.webtenerife.com/corporativa/
Webs corporativa de Promotur http://www.promoturturismocanarias.org/
Webs corporativa de Turespaña http://www.tourspain.es/es-es/Paginas/index.aspx
Webs corporativa de la Organización Mundial del Turismo http://www2.unwto.org/es

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

La evaluación consta de dos itinerarios, evaluación continua y evaluación final única.
La evaluación continua requiere superar mediante media ponderada, con los mínimos que se establezcan en cada parte, una serie de prácticas que se desarrollan en sesiones específicas según horario, dos tipo test en la plataforma virtual, un examen liberatorio a mitad de cuatrimestre y un examen final.
La parte práctica de la asignatura consta de un Trabajo final, que consiste en la elaboración del Plan de promoción de un

Destino turístico, y un conjunto de prácticas que pueden consistir en la elaboración de ensayos, respuesta a preguntas y cuestionarios, actividades de participación en el aula virtual, presentaciones de trabajos. Para aprobar la parte práctica es necesario entregar y aprobar todas las tareas asignadas a lo largo del cuatrimestre.
La evaluación final única consta de un examen en convocatoria oficial que supone el 100% de la calificación. Se accede a esta vía o bien por elección propia del/ de la estudiante, o bien por no haber superado los diferentes elementos de la continua, como al haber suspendido la primera prueba liberatoria de mitad del cuatrimestre.
En función de la situación epidemiológica, de cada una de las pruebas puede requerirse su realización presencial u online, anunciándose a través de la propia aula virtual y de los medios de difusión del centro.

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG26], [CG22], [CG17], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE26.2], [CE22.3], [CE17.5], [CE17.4], [CE17.3], [CE13.4], [CE13.3], [CE13.2], [CE13.1], [CE11.2], [CE11.1], [CE7.2], [CE7.1], [CE6.3], [CE6.2], [CE6.1]		55,00 %
Trabajos y proyectos	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG26], [CG22], [CG17], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE26.2], [CE22.3], [CE17.5], [CE17.4], [CE17.3], [CE13.4], [CE13.3], [CE13.2], [CE13.1], [CE11.2], [CE11.1], [CE7.2], [CE7.1], [CE6.3], [CE6.2], [CE6.1]	Presentación pública y cumplimiento de todos los requisitos marcados. Corrección en el lenguaje y precisión en la redacción.	20,00 %

Informes memorias de prácticas	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG26], [CG22], [CG17], [CG13], [CG11], [CG7], [CG6], [CE26.2], [CE22.3], [CE17.5], [CE17.4], [CE17.3], [CE13.4], [CE13.3], [CE13.2], [CE13.1], [CE11.2], [CE11.1], [CE7.2], [CE7.1], [CE6.3], [CE6.2], [CE6.1]	25,00 %

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

* La distribución de los temas por semana es orientativo, puede sufrir cambios según las necesidades de organización docente.

Segundo cuatrimestre					
Semana	**Temas**	**Actividades de enseñanza aprendizaje**	**Horas de trabajo presencial**	**Horas de trabajo autónomo**	**Total**
Semana 1:	Tema 1		4.00	5.00	9.00
Semana 2:	Tema 1		4.00	5.00	9.00
Semana 3:	Tema 2		4.00	5.00	9.00
Semana 4:	Tema 2		4.00	5.00	9.00
Semana 5:	Tema 3		4.00	5.00	9.00
Semana 6:	Tema 3		4.00	5.00	9.00

Semana 7:	Tema 4		4.00	5.00	9.00
Semana 8:	Tema 4		4.00	5.00	9.00
Semana 9:	Tema 5		4.00	5.00	9.00
Semana 10:	Tema 5		4.00	5.00	9.00
Semana 11:	Tema 5		4.00	5.00	9.00
Semana 12:	Tema 6		4.00	5.00	9.00
Semana 13:	Tema 6		4.00	10.00	14.00
Semana 14:	Tema 6		4.00	10.00	14.00
Semana 15:	Tema 6		4.00	10.00	14.00
Semana 16 a 18:	Evaluación	Evaluación y trabajo autónomo del alumno para la preparación de la evaluación.	0.00	15.00	15.00
		Total	60.00	105.00	165.00