

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

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

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

#### **Promoción Turística (2021 - 2022)**

## 1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: <b>Promoción Turística</b>	Código: <b>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) (En extinción)</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>Dirección de Empresas e Historia Económica</b></li> <li><b>Bellas Artes</b></li> <li><b>Técnicas y Proyectos en Ingeniería y Arquitectura</b></li> </ul> </li> <li>- Área/s de conocimiento:           <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Comercialización e Investigación de Mercados</b></li> <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

Profesor/a Coordinador/a: <b>ANDRÉS FERNÁNDEZ MARTÍN</b>
- Grupo:
<b>General</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre: <b>ANDRÉS</b></li> <li>- Apellido: <b>FERNÁNDEZ MARTÍN</b></li> <li>- Departamento: <b>Dirección de Empresas e Historia Económica</b></li> <li>- Área de conocimiento: <b>Comercialización e Investigación de Mercados</b></li> </ul>

<b>Contacto</b> - Teléfono 1: - Teléfono 2: - Correo electrónico: <b>afdezm@ull.es</b> - Correo alternativo: <b>afdezm@ull.edu.es</b> - 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		Martes	10:45	15:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4
Todo el cuatrimestre		Martes	16:15	18:00	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4
Observaciones:						
<b>Tutorías segundo cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Martes	16:20	17:50	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4
Todo el cuatrimestre		Lunes	14:40	19:10	Edificio de Derecho y Ciencias Sociales - GU.1G	0.4
Observaciones: En caso de Escenario 1, las tutorías serán online a través de un enlace Meet creado en el campus de la asignatura.						
<b>Profesor/a: JANET HERNANDEZ MENDEZ</b>						
- Grupo:						

<p><b>General</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre: <b>JANET</b></li> <li>- Apellido: <b>HERNANDEZ MENDEZ</b></li> <li>- Departamento: <b>Dirección de Empresas e Historia Económica</b></li> <li>- Área de conocimiento: <b>Comercialización e Investigación de Mercados</b></li> </ul>						
<p><b>Contacto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Teléfono 1: <b>922845412</b></li> <li>- Teléfono 2:</li> <li>- Correo electrónico: <b>jhernmen@ull.es</b></li> <li>- Correo alternativo:</li> <li>- Web: <b><a href="http://www.campusvirtual.ull.es">http://www.campusvirtual.ull.es</a></b></li> </ul>						
<p><b>Tutorías primer cuatrimestre:</b></p>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	09:45	12:45	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, Módulo I, Nº 13
Todo el cuatrimestre		Martes	16:00	19:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, Módulo I, Nº 13
<p>Observaciones: Si la organización docente se adapta al Escenario 1 las tutorías se realizarán de manera online, a través de Google Meet y el correo jhernmen@ull.es.</p>						
<p><b>Tutorías segundo cuatrimestre:</b></p>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	11:00	14:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, Módulo I, Nº 13
Todo el cuatrimestre		Martes	16:00	18:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, Módulo I, Nº 13

Todo el cuatrimestre		Jueves	11:45	12:45	Centro Cultural Adeje - AD.1A	Sala de profesores
Observaciones: Si la organización docente se adapta al Escenario 1 las tutorías se realizarán de manera online, a través de Google Meet y el correo jhernmen@ull.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.

#### **Módulo II. Promoción Turística**

Introducción a la comunicación.

Tendencias en la comunicación (Travel 2.0, marketing móvil, etc.).

Intrumentos tradicionales de comunicación.

La promoción de destinos turísticos 6.

Otras acciones de comunicación.

#### **MODULO III.- Neuromarketing turístico**

Neurociencia aplicada al sector turístico.

### Actividades a desarrollar en otro idioma

Se podrán presentar en clase artículos, transparencias y/o vides en **inglés**, relacionados con los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura.

## 7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

### Descripción

Clases magistrales por tema donde se desarrollarán los conceptos fundamentales de la asignatura y se analizarán casos prácticos.

Estudio autónomo del alumno sobre los requerimientos planteados en las clases. Además, podrá solicitarse la realización de actividades relacionadas con el temario.

### 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	16,00	5,00	21,0	[CG5], [CE10], [CE6], [CE1], [CB9], [CB8], [CB7], [CB6]
Realización de trabajos (individual/grupal)	7,00	15,00	22,0	[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]
Estudio y análisis de casos	5,00	5,00	10,0	[CB10], [CB9], [CB8]
Total horas	30,00	45,00	75,00	
		Total ECTS	3,00	

## 8. Bibliografía / Recursos

### Bibliografía Básica

- Publicidad y promoción en las empresas turísticas. Sara Campo / María Jesús Yagüe. Ed. Síntesis (2011)- Nuevas tendencias en comunicación. Joaquín Sanchez y Teresa Pintado. ESIC (2014)- De la Ballina, F.J (2017): Marketing turístico aplicado. Editorial Esic.- Serra, A. (2011). Marketing Turístico. Editorial Pirámide.- Kotler, P., y Armstrong, G. (2018). Principios de marketing. 17ª Edición.

### Bibliografía Complementaria

### Otros Recursos

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

## 9. Sistema de evaluación y calificación

### Descripción

**Sistema de evaluación:** Evaluación continua y los que no la superen o no se presenten deben realizar examen único de convocatoria.

### Evaluación continua:

Se establece como requisito previo para superar la evaluación continua, la asistencia mínima al 80% de las clases

teóricas/prácticas.

Se evaluará una parte teórica-conceptual y una parte de aplicación-práctica. Es necesario tener aprobadas las dos partes para superar la asignatura en evaluación continua.

1) Parte teórica de evaluación continua (80%).

Se evaluará preferentemente en examen de convocatoria única que podrá contar con preguntas tipo test multi-respuestas\*\* y/o preguntas cortas de desarrollo.

Para superar la parte teórica es necesario tener más de un 5.

2) Parte práctica de evaluación continua (20%).

Se evaluará por la realización de tareas relacionadas con los contenidos abordados en clase.

Si se supera la parte práctica se mantendrá la nota para las convocatorias del curso académico.

#### **Evaluación única en convocatoria oficial:**

Sólo para los que no superen o no se presenten a la evaluación continua.

1) Parte teórica en evaluación única (80%):

Se evaluará mediante la realización de una prueba evaluativas en examen de convocatoria, que podrá constar de preguntas tipo test multi-respuestas\*\* y/o preguntas cortas de desarrollo.

La nota mínima para aprobar la asignatura y hacer la media con la parte práctica es de un 5.

2) Parte práctica en evaluación única (20%):

- Resolver un caso práctico relacionado con el plan de promoción turística.

La nota mínima para aprobar la asignatura y hacer la media con la parte teórica es de un 5.

**\*\*Características de las pruebas evaluativas tanto de evaluación continua como de evaluación única:**

Las preguntas de tipo test serán con 4 opciones de respuesta múltiple (máximo de 2 opciones correctas). Si se deja sin contestar o se selecciona alguna respuesta incorrecta, la pregunta vale 0 y si sólo se marca una respuesta correcta cuando haya 2 correctas, la pregunta vale el 25%.

**\*Convocatorias extraordinarias**

El alumnado que se encuentre en las convocatorias extraordinarias 5ª, 6ª y 7ª, por defecto solo tiene derecho a ser evaluado por un Tribunal, pero si quiere optar por la evaluación continua y que sea calificado por el profesor, tendrá que presentar por Sede Electrónica un documento de renuncia al Tribunal para cada convocatoria según establece el Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna con la anticipación que establece el Calendario del Grado de la ULL.

#### **Estrategia Evaluativa**

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[CB6], [CB7], [CB8], [CB9], [CE4], [CE6], [CG2], [CG5], [CE1], [CE5], [CE10], [CG4]	Prueba evaluativas en examen de convocatoria, que podrá constar de preguntas tipo test multi-respuestas** y/o preguntas cortas de desarrollo.	80,00 %



Trabajos y proyectos	[CB8], [CB9], [CB10], [CE1], [CE10]	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.	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

La distribución semanal de los temas, prácticas y actividades es orientativa y pueden sufrir cambios según las necesidades de organización docente.

Primer cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Módulo I: Tema 1 y 2	Clases magistrales y estudios de casos.	4.00	6.00	10.00
Semana 2:	Módulo I: Tema 3 y 4 Módulo II: Tema 5, 6 y 7	Clases magistrales y estudios de casos.	15.00	21.00	36.00
Semana 3:	Módulo II: Tema 8 y 9 Modulo III: Tema 10	Clases magistrales y estudios de casos.	11.00	18.00	29.00
Total			30.00	45.00	75.00