

# **Facultad de Economía, Empresa y Turismo**

## **Grado en Turismo**

**GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :**

**Promoción de Destinos y Productos Turísticos  
(2022 - 2023)**

## 1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: <b>Promoción de Destinos y Productos Turísticos</b>	Código: <b>169023205</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centro: <b>Facultad de Economía, Empresa y Turismo</b></li> <li>- Lugar de impartición: <b>Facultad de Economía, Empresa y Turismo</b></li> <li>- Titulación: <b>Grado en Turismo</b></li> <li>- Plan de Estudios: <b>2009 (Publicado en 2009-11-25)</b></li> <li>- Rama de conocimiento: <b>Ciencias Sociales y Jurídicas</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> </ul> </li> <li>- Área/s de conocimiento:  <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Comercialización e Investigación de Mercados</b></li> </ul> </li> <li>- Curso: <b>3</b></li> <li>- Carácter: <b>Obligatoria</b></li> <li>- Duración: <b>Segundo cuatrimestre</b></li> <li>- Créditos ECTS: <b>6,0</b></li> <li>- Modalidad de impartición:</li> <li>- Horario: <b>Enlace al horario</b></li> <li>- Dirección web de la asignatura: <b><a href="https://www.ull.es/grados/turismo/">https://www.ull.es/grados/turismo/</a></b></li> <li>- Idioma: <b>Castellano</b></li> </ul>	

## 2. Requisitos para cursar la asignatura

Recomendable haber cursado la asignatura Marketing Turístico.

## 3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: <b>JANET HERNANDEZ MENDEZ</b>
- Grupo: <b>Teoría y práctica (Laguna y Adeje)</b>
<b>General</b> <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>

<b>Contacto</b> - Teléfono 1: <b>922845412</b> - Teléfono 2: - Correo electrónico: <b>jhernmen@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		Lunes	09:45	12:45	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Decanato 2
Todo el cuatrimestre		Martes	16:00	19:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Decanato 2
Observaciones:						
<b>Tutorías segundo cuatrimestre:</b>						
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	Decanato 2
Todo el cuatrimestre		Martes	16:00	18:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Decanato 2
Todo el cuatrimestre		Jueves	11:45	12:45	Centro Cultural Adeje - AD.1A	Sala de profesores
Observaciones:						
<b>Profesor/a: DESIDERIO GUTIERREZ TAÑO</b>						
- Grupo: <b>Práctica (Laguna y Adeje)</b>						

<b>General</b> - Nombre: <b>DESIDERIO</b> - Apellido: <b>GUTIERREZ TAÑO</b> - Departamento: <b>Dirección de Empresas e Historia Económica</b> - Área de conocimiento: <b>Comercialización e Investigación de Mercados</b>						
<b>Contacto</b> - Teléfono 1: <b>922316502. Ext. 6963</b> - Teléfono 2: - Correo electrónico: <b>dgtano@ull.es</b> - Correo alternativo: <b>dgtano@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		Lunes	12:45	15:45	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Dpto. Dirección de Empresas e Historia Económica
Todo el cuatrimestre		Miércoles	11:00	12:45	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Dpto. Dirección de Empresas e Historia Económica
Todo el cuatrimestre		Lunes	08:00	08:30	Centro Cultural Adeje - AD.1A	
Todo el cuatrimestre		Lunes	09:45	10:30	Centro Cultural Adeje - AD.1A	
Observaciones:						
<b>Tutorías segundo cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	08:30	14:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Dpto. Dirección de Empresas e Historia Económica
Todo el cuatrimestre		Martes	08:30	09:00	Centro Cultural Adeje - AD.1A	
Observaciones: *Las tutorías en el 2º cuatrimestre en Adeje (sin docencia) se concentrarán a demanda del alumnado para reducir el número de desplazamientos						

#### 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 organización turística.<br/>**

#### 5. Competencias

##### Específicas

- 26—2 - Conocer las tipologías de consumidores y modalidades de destinos internacionales.
- 22—3 - Saber comprender los resultados que le ofrecen las técnicas.
- 17—5 - Conocer los principios básicos de la gestión del destino.
- 17—4 - Conocer las variables que condicionan el posicionamiento e imagen del destino turístico.
- 17—3 - Comprender los factores determinantes de la localización turística.
- 13—4 - Conocer los principios básicos del protocolo y de las relaciones públicas.
- 13—3 - Conocer las principales técnicas de comunicación aplicables a las organizaciones turísticas.
- 13—2 - Conocer las principales técnicas de negociación
- 13—1 - Conocer los elementos y flujos del proceso de comunicación.
- 11—2 - Conocer las herramientas y aplicaciones básicas como: investigación de mercados o plan de marketing, creación de productos
- 11—1 - Conocer las teorías y conceptos básicos en marketing turístico como: demanda, comportamiento del consumidor, mercado,
- 7—2 - Conocer las interrelaciones que se producen entre los agentes del sector turístico así como la necesidad de competir y cooperar entre ellos.
- 7—1 - Conocer y reconocer los principales agentes que actúan en el mercado turístico nacional e internacional: Administraciones Públicas,
- 6—3 - Conocer los diferentes aspectos y técnicas de comunicación externa (captación, atención y fidelización)
- 6—2 - Conocer los diferentes tipos de clientes y sus necesidades.
- 6—1 - Conocer las particularidades del servicio turístico.

##### Generales

- 6 - Tener una marcada orientación de servicio al cliente
- 7 - Reconocer los principales agentes turísticos
- 11 - Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales
- 13 - Manejar técnicas de comunicación
- 17 - Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos
- 22 - Analizar los impactos generados por el turismo
- 26 - Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial

##### Básicas

**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.- Tendencias en la comunicación
- 3.- Instrumentos tradicionales de comunicación:
  - Publicidad
  - Venta personal
  - Promoción de ventas
  - Relaciones públicas
  - Marketing directo
- 4.- La promoción de destinos turísticos
- 5.- Otras acciones de comunicación

### Actividades a desarrollar en otro idioma

Se presentarán en clase artículos y/o vídeos en inglés relacionados con los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura. Estos contenidos supondrán el 5% de los créditos ECTS de la asignatura. Su evaluación se realizará en el examen teórico-práctico de la asignatura mediante preguntas tipo test de respuesta múltiple y/o preguntas de desarrollo.

## 7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

### Descripción

La metodología que se aplicará para la consecución de los objetivos didácticos de la asignatura combinará:

- Explicación de conceptos de promoción
- Realización de trabajos y casos prácticos en equipo
- Realización de tareas de forma individual: Lecturas, ejercicios prácticos, casos y análisis de material audiovisual, etc.

El desarrollo de la asignatura se apoyará en el aula correspondiente del campus virtual, donde se encontrarán los materiales utilizados, casos, tareas, ejercicios, etc. Asimismo, los casos y trabajos se realizarán en equipo. Los equipos se formarán al principio del curso.

Esta asignatura forma parte de un Proyecto de Innovación Docente de La Universidad de La Laguna: "Comunicación no sexista en educación superior".

**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	22,50	0,00	22,5	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [26], [22], [17], [13], [11], [7], [6], [6—1], [6—2], [6—3], [7—1], [7—2], [11—1], [11—2], [13—1], [13—2], [13—3], [13—4], [17—3], [17—4], [17—5], [22—3], [26—2]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	32,50	0,00	32,5	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [26], [22], [17], [13], [11], [7], [6], [6—1], [6—2], [6—3], [7—1], [7—2], [11—1], [11—2], [13—1], [13—2], [13—3], [13—4], [17—3], [17—4], [17—5], [22—3], [26—2]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	2,00	0,00	2,0	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [26], [22], [17], [13], [11], [7], [6], [6—1], [6—2], [6—3], [7—1], [7—2], [11—1], [11—2], [13—1], [13—2], [13—3], [13—4], [17—3], [17—4], [17—5], [22—3], [26—2]

Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	30,00	30,0	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [26], [22], [17], [13], [11], [7], [6], [6—1], [6—2], [6—3], [7—1], [7—2], [11—1], [11—2], [13—1], [13—2], [13—3], [13—4], [17—3], [17—4], [17—5], [22—3], [26—2]
Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	20,00	20,0	[CB3], [CB2], [CB1], [26], [22], [17], [13], [11], [7], [6], [6—1], [6—2], [6—3], [7—1], [7—2], [11—1], [11—2], [13—1], [13—2], [13—3], [13—4], [17—3], [17—4], [17—5], [22—3], [26—2]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	20,00	20,0	[CB3], [CB2], [CB1], [26], [22], [17], [13], [11], [7], [6], [6—1], [6—2], [6—3], [11—1], [11—2], [13—1], [13—2], [13—3], [13—4], [17—4], [17—5], [22—3], [26—2]
Preparación de exámenes	0,00	15,00	15,0	[CB3], [CB2], [CB1], [26], [22], [17], [13], [11], [7], [6], [6—1], [6—2], [6—3], [7—1], [7—2], [11—1], [11—2], [13—1], [13—2], [13—3], [13—4], [17—3], [17—4], [17—5], [22—3], [26—2]

Realización de exámenes	3,00	0,00	3,0	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [26], [22], [17], [13], [11], [7], [6], [6—1], [6—2], [6—3], [7—1], [7—2], [11—1], [11—2], [13—1], [13—2], [13—3], [13—4], [17—3], [17—4], [17—5], [22—3], [26—2]
Asistencia a tutorías	0,00	5,00	5,0	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [26], [22], [17], [13], [11], [7], [6], [6—1], [6—2], [6—3], [7—1], [7—2], [11—1], [11—2], [13—1], [13—2], [13—3], [13—4], [17—3], [17—4], [17—5], [22—3], [26—2]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
Total ECTS			6,00	

## 8. Bibliografía / Recursos

### Bibliografía Básica

Publicidad y promoción en las empresas turísticas. Sara Campo / María Jesús Yagüe. Ed. Síntesis (2011)

Gestión de la comunicación comercial. Pedro Reinares Lara / Sergio Calvo Fernández. McGraw Hill (2001)

Publicidad on-line. Las claves del éxito en Internet. Rafael Ordozgoti de la Rica y otros. ESIC (2014)

### 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

## 9. Sistema de evaluación y calificación

### Descripción

**De acuerdo con el Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna, la modalidad de evaluación en primera convocatoria será preferentemente la evaluación continua. El alumnado que quiera acogerse a evaluación única en primera convocatoria debe solicitarlo debidamente justificado en las fechas establecidas a través del enlace disponible en el aula virtual de la asignatura.**

#### **EVALUACIÓN CONTINUA:**

Se establece como requisito para superar la evaluación continua: la asistencia mínima al 80% de las clases teóricas y prácticas, la presentación de todas las tareas y pruebas y tener aprobadas las 2 partes, práctica y teórica, que se describen a continuación:

##### **1) Parte práctica de evaluación continua (a lo largo del curso)**

###### **- Trabajo en equipo (40%):**

Plan de promoción de un producto turístico (tareas, informe, presentación...)

###### **- Trabajo individual (10%):**

Test del desarrollo del plan de promoción o de algún contenido específico del temario

**(\* Con estas pruebas, que representan el 50% de la nota final, se agota la Evaluación Continua)**

##### **2) Parte teórica-conceptual de evaluación continua (50%)**

Se evaluará mediante prueba (teórica-conceptual-aplicación práctica) con preguntas tipo test de respuesta múltiple y/o preguntas cortas de desarrollo (1). Esta prueba se realizará en la misma fecha oficial de la convocatoria única.

**(\* Se mantendrá la nota de la Evaluación Continua en la segunda convocatoria)**

#### **EVALUACIÓN ÚNICA**

Prueba evaluativa de convocatoria única en fecha oficial. Se evaluará una parte teórica-conceptual y una parte de aplicación-práctica. Es necesario aprobar las dos partes para superar la asignatura.

##### **1) Parte teórica-conceptual (50%)**

Se evaluará mediante prueba (teórica-conceptual-aplicación práctica) con preguntas tipo test de respuesta múltiple y/o preguntas cortas de desarrollo (1).

##### **2) Parte práctica (50%)**

Resolución de un caso práctico relacionado con el Plan de Promoción de un producto turístico.

(1) *Características de las pruebas evaluativas referidas a test 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%.

- Las preguntas cortas son para desarrollar en un párrafo aproximadamente en un máximo de 150 palabras.
- Contenidos de las preguntas: teóricas o de supuestos de aplicación práctica. Pueden ser de contenidos del temario y material de clase, o también preguntas que se hacen después de visionar un vídeo, lectura de texto o cualquier otro recurso.
- En caso de que el test se realice mediante cuestionario alojado en aula virtual, la organización de las preguntas será aleatoria de forma secuencial.

(2) *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	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [26], [22], [17], [13], [11], [7], [6], [6—1], [6—2], [6—3], [7—1], [7—2], [11—1], [11—2], [13—1], [13—2], [13—3], [13—4], [17—3], [17—4], [17—5], [22—3], [26—2]	- Test del desarrollo del plan de promoción o de algún contenido específico del temario (10%) - Prueba (teórica-conceptual-aplicación práctica) con preguntas tipo test de respuesta múltiple y/o preguntas cortas de desarrollo (50%)	60,00 %
Trabajos y proyectos	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [26], [22], [17], [13], [11], [7], [6], [6—1], [6—2], [6—3], [7—1], [7—2], [11—1], [11—2], [13—1], [13—2], [13—3], [13—4], [17—3], [17—4], [17—5], [22—3], [26—2]	Trabajo en equipo: Plan de promoción de un producto turístico	40,00 %

#### 10. Resultados de Aprendizaje

- Capacidad para aplicar los conceptos e instrumentos de la comunicación aplicados al sector turístico.
- 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 y 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	Clases teóricas y prácticas (no hay desdoble del grupo práctico)	2.50	6.00	8.50
Semana 2:	Tema 1	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 3:	Tema 2	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 4:	Tema 2	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 5:	Tema 2	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 6:	Tema 2	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 7:	Tema 3	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 8:	Tema 3	Clases teóricas y prácticas. Actividad.	5.75	6.00	11.75
Semana 9:	Tema 3	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 10:	Tema 3	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 11:	Tema 3	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 12:	Tema 4	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 13:	Tema 4	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75

Semana 14:	Tema 5	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 15:	Tutorías		3.75	6.00	9.75
Semana 16 a 18:	Evaluación		3.00	0.00	3.00
Total			60.00	90.00	150.00