

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

**GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :**

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

## 1. Datos descriptivos de la asignatura

<b>Asignatura: Promoción de Destinos y Productos Turísticos</b>	<b>Código: 519453205</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Centro: <b>Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife</b></li><li>- Lugar de impartición: <b>Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife</b></li><li>- Titulación: <b>Grado en Turismo (EUTUR)</b></li><li>- Plan de Estudios: <b>2009 (Publicado en 2010-11-22)</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><li><b>Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife</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>Economía, Contabilidad y Dirección de Empresas</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: <b>Presencial</b></li><li>- Horario: <b>Enlace al horario</b></li><li>- Dirección web de la asignatura: <b><a href="http://eutur.es/">http://eutur.es/</a></b></li><li>- Idioma: <b>Castellano</b></li></ul>	

## 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

<b>Profesor/a Coordinador/a: MARÍA IBIZA MELIÁN REYES</b>
- Grupo:
<b>General</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Nombre: <b>MARÍA IBIZA</b></li><li>- Apellido: <b>MELIÁN REYES</b></li><li>- Departamento: <b>Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife</b></li><li>- Área de conocimiento: <b>Economía, Contabilidad y Dirección de Empresas</b></li></ul>

**Contacto**

- Teléfono 1: **922225006**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **ibizamelian@gmail.com**
- Correo alternativo:
- Web: **http://ww.eatur.es**

**Tutorías primer cuatrimestre:**

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	16:30	18:30	Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife - EUTSC	Aula 2
Todo el cuatrimestre		Miércoles	16:00	18:00	Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife - EUTSC	Aula 2

Observaciones:

**Tutorías segundo cuatrimestre:**

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	16:30	18:30	Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife - EUTSC	Aula 2
Todo el cuatrimestre		Miércoles	16:00	18:00	Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife - EUTSC	Aula 2

Observaciones:

**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.

- 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

## 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.

**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

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)  
 Nuevas tendencias en comunicación. Joaquín Sanchez y Teresa Pintado. ESIC (2014)

### 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:**

Examen: 50%  
Actividades: 40%  
Participación en clase: 10%

Condiciones para superar la evaluación continua:

1. Asistencia al 80% de las clases.
2. Obtener una calificación de al menos 5 puntos en cada uno de los procesos evaluativos.

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.

**En caso de no superar alguna de dichas pruebas evaluativas, tal como indica el Reglamento de Evaluación y Calificación de la ULL de 22/06/2022, el alumnado perderá su evaluación continua, pasando a ser evaluado/a en evaluación única en las convocatorias restantes a este curso académico.**

#### **EVALUACIÓN ÚNICA:**

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.

#### **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