Facultad de Economía, Empresa y Turismo
Universidad de La Laguna

Facultad de Economía, Empresa y Turismo

Grado en Turismo

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

Promoción de Destinos y Productos Turísticos
(2023 - 2024)

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Promoción de Destinos y Productos Turísticos	Código: 169023205

- Centro: **Facultad de Economía, Empresa y Turismo**
- Lugar de impartición: **Facultad de Economía, Empresa y Turismo**
- Titulación: **Grado en Turismo**
- Plan de Estudios: **2009 (Publicado en 2009-11-25)**
- Rama de conocimiento: **Ciencias Sociales y Jurídicas**
- Itinerario / Intensificación:
- Departamento/s:
  Dirección de Empresas e Historia Económica
- Área/s de conocimiento:
  Comercialización e Investigación de Mercados
- Curso: **3**
- Carácter: **Obligatoria**
- Duración: **Segundo cuatrimestre**
- Créditos ECTS: **6,0**
- Modalidad de impartición:
- Horario: **Enlace al horario**
- Dirección web de la asignatura: **https://www.ull.es/grados/turismo/**
- Idioma: **Castellano**

2. Requisitos de matrícula y calificación

Recomendable haber cursado la asignatura Marketing Turístico.

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: **ROBERTO CLAUDIO SANDULLI SALDAÑA**

- Grupo: **Teoría y práctica (Laguna y Adeje)**

General
- Nombre: **ROBERTO CLAUDIO**
- Apellido: **SANDULLI SALDAÑA**
- Departamento: **Dirección de Empresas e Historia Económica**
- Área de conocimiento: **Comercialización e Investigación de Mercados**

Contacto
- Teléfono 1: **620383649**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **rsandull@ull.es**
- Correo alternativo:
- Web: **https://www.campusvirtual.ull.es/**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Jueves	09:00	12:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Modulo 2
Todo el cuatrimestre		Viernes	09:00	12:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Modulo 2

Observaciones:

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	09:00	12:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Modulo 2
Todo el cuatrimestre		Viernes	09:00	12:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Modulo 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 organización turística.
**

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. -Publicidad
3. -Venta personal
4. -Promoción de ventas
5. -Relaciones públicas
6. -Marketing directo
7.- Promoción online
8.- Tendencias en la promoción turística

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

Modelo de Enseñanza Centrada en el Alumnado

Aplica el Modelo de Enseñanza Centrada en el Alumnado (MECA - ULL)
Aprendizaje basado en el juego - Gamificación, Aprendizaje basado en Proyectos (ABP), Aprendizaje cooperativo

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.

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

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018).
Principios de marketing.
17ª Edición. Pearson

Pintado, T. & Sánchez, J. (2017)
Nuevas tendencias en comunicación estratégica
. ESIC

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

Bibliografía Complementaria

Cervera, A. L. (2015).
Comunicación total
. ESIC.

Otros Recursos

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

De acuerdo con el Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna el profesorado promoverá la evaluación continua como forma preferente para la adquisición de conocimientos y competencias. No obstante, para optar a la evaluación única en primera convocatoria, el alumnado deberá comunicarlo a través del procedimiento habilitado en el aula virtual de la asignatura antes de haberse presentado a las actividades cuya ponderación compute el 100% de la evaluación continua.

EVALUACIÓN CONTINUA:
Se establece como requisito para superar la evaluación continua: la asistencia activa 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 (50%) (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

2) Parte teórica-conceptual de evaluación continua (50%) (examen final)
Se evaluará mediante prueba (teórica-conceptual-aplicación práctica) con preguntas tipo test multirrespuesta y/o preguntas cortas de desarrollo (1). Esta prueba se realizará en la misma fecha oficial de la convocatoria única.

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 multirrespuesta 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.

Especificaciones generales

(1) Características de las pruebas evaluativas referidas a test y a preguntas cortas:

- En los test multirrespuesta, cada pregunta tendrá 4 opciones de respuesta y pueden ser correctas una o dos. Si se deja sin contestar o se selecciona alguna respuesta incorrecta, la pregunta vale 0 (no resta) y si solo se marca una respuesta correcta cuando hay 2, la pregunta vale el 25%.
- En los test de respuesta única, las preguntas incorrectas restan el 33,3%.
- En las preguntas tipo test tanto de respuesta única como de respuesta múltiple, también se podrá incluir la solicitud de una breve justificación de la respuesta.
- En las preguntas cortas hay que redactar la respuesta en un párrafo aproximadamente (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 y de forma secuencial una a una.

(2) Calificación:
Si la media de la calificación de la asignatura es igual o superior a 5,0 pero no superase alguno de los requisitos mínimos contemplados, no se superará la asignatura y la calificación en el acta es la nota de la parte no superada o en su caso de un 3.

(3) Mantenimiento de las calificaciones de evaluación continua:
Para la evaluación única en primera y segunda convocatoria, se mantendrá la calificación obtenida en la parte práctica de la evaluación continua de la asignatura en caso de estar superada.

(4) Convocatorias extraordinarias:
El alumnado que se encuentre en quinta o sucesivas convocatorias, tiene el derecho a ser evaluado mediante evaluación continua o mediante evaluación única y, por defecto, será evaluado por el profesorado de la asignatura, pero si desea ser evaluado por un Tribunal, deberá presentar una solicitud a través del procedimiento habilitado en la sede electrónica, dirigida al Decano de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo. Dicha solicitud deberá realizarse con una antelación mínima de diez días hábiles del comienzo del periodo de exámenes. En cualquier caso, las condiciones deben consultarse en la normativa específica aprobada por el Vicerrectorado de Estudiantes.

(5) Convocatoria de marzo de finalización de estudios
En esta convocatoria se conserva la nota práctica si ha sido superada en el curso anterior.

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.
*** Las actividades de los viernes aún no están disponibles en el horario oficial. Por tanto, la fecha de la actividad es orientativa y puede cambiar.

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	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 3	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 6:	Tema 3	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 7:	Tema 4	Clases teóricas y prácticas Actividad formativa***	5.75	6.00	11.75
Semana 8:	Tema 5	Clases teóricas y prácticas.	3.75	6.00	9.75
Semana 9:	Tema 5	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 10:	Tema 6	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 11:	Tema 7	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 12:	Tema 7	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 13:	Tema 7	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 14:	Tema 8	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 15:	Tema 8		3.75	6.00	9.75
Semana 16 a 18:	Examen y tutorías		3.00	0.00	3.00
		Total	60.00	90.00	150.00