

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

**GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :**

**Promoción de Destinos y Productos Turísticos  
(2023 - 2024)**

## 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: <b>Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife</b></li><li>- Área/s de conocimiento: <b>Economía, Contabilidad y Dirección de Empresas</b></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 de matrícula y calificación

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: PABLO JOSÉ DUQUE MELGUIZO</b>
- Grupo: <b>Único.</b>
<b>General</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Nombre: <b>PABLO JOSÉ</b></li><li>- Apellido: <b>DUQUE MELGUIZO</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: **pablotuque1986@gmail.com**
- Correo alternativo:
- Web: **<https://eutur.es/>**

**Tutorías primer cuatrimestre:**

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
-------	-------	-----	--------------	------------	--------------	----------

Observaciones:

**Tutorías segundo cuatrimestre:**

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
-------	-------	-----	--------------	------------	--------------	----------

Todo el cuatrimestre		Lunes	13:30	14:30	Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife - EUTSC	Aula 3
----------------------	--	-------	-------	-------	--	--------

Observaciones: Será necesario solicitar la tutoría previamente vía e-mail del profesor.

#### 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

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.

## 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, 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

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)

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

La evaluación de esta asignatura se planifica de acuerdo al Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna (ULL) vigente durante el curso 2023 - 2024.

Todo el alumnado está sujeto a evaluación continua en la primera convocatoria de la asignatura. No obstante, el estudiantado puede optar a la evaluación única durante el transcurso de la asignatura, siempre que no haya realizado el 50% de las actividades y/o pruebas computadas en la evaluación continua. Para optar a la evaluación única el alumnado deberá de comunicarlo al correo electrónico del profesor, disponible en el campus virtual de la asignatura.

### 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%):

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 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 y/o preguntas cortas de desarrollo.

**2) Parte práctica (50%)**

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

**Especificaciones generales**

***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, en cualquiera de las dos tipologías de las evaluaciones anteriormente descritas, 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.

***Mantenimiento de las calificaciones de evaluación continua:***

No se mantendrá la calificación obtenida en la parte práctica ni teórica en cualquiera de las dos tipologías evaluativas anteriormente descritas de la asignatura, en caso de que alguna de estas partes estén superadas.

**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]	Parte teórica-conceptual de evaluación continua.	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]	- Trabajo en equipo (40%): Plan de promoción de un producto turístico (tareas, informe, presentación...)  - Trabajo individual (10%): Desarrollo del plan de promoción o de algún contenido específico del temario	50,00 %

## 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:	Tema 8	Clase Teórico Práctico	3.00	4.00	7.00
Semana 15:	Tutoría	Seguimiento y supervisión de evaluación continua / También puede ser tutorización	2.00	0.00	2.00
Semana 16 a 18:	Evaluación	Preparación de la asignatura y realización de examen.	3.00	10.00	13.00
Total			60.00	90.00	150.00