Guía Docente					
Datos Identificativos					**2021/22**
Asignatura (*)	Promoción e comercialización de destinos e produtos turísticos			**Código**	615524003
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)				
Descriptores					
Ciclo	**Período**	**Curso**	**Tipo**	**Créditos**	
Mestrado Oficial	1º cuadrimestre	Primeiro	Obrigatoria	6	
Idioma	Castelán				
Modalidade docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	EconomíaEmpresa				
Coordinación	Juanatey Boga, Oscar	**Correo electrónico**	oscar.juanatey.boga@udc.es		
Profesorado	Juanatey Boga, Oscar Martinez Fernandez, Valentin Sánchez Amboage, Eva	**Correo electrónico**	oscar.juanatey.boga@udc.es valentin.martinez@udc.es eva.sanchez.amboage@udc.es		
Web					
Descrición xeral	Os obxectivos da materia son os seguintes: -Ofrecer aos futuros titulados no Master Oficial un coñecemento esencial sobre o proceso de creación, desenvolvemento e comercialización de produtos e paquetes turísticos. -Presentar o concepto de produto turístico e a súa tipoloxía co fin de profundizar no coñecemento do proceso de deseño dos mesmos, desde a xeración de ideas ate o momento do lanzamento ó mercado dos novos produtos, así como os factores determinantes da difusión dos mesmos e as claves para o éxito ou fracaso do proceso. -Conseguir dos alumnos un nivel de coñecementos adecuado co propósito de permitirlles no só profundizar no alcance da comunicación social, en termos xerais, como unha das variables esenciais do marketing operativo e, especificamente, no manexo das diferentes técnicas propias da promoción de produtos turísticos. -Sistematizar o conxunto de accións propias da comunicación comercial, aplicada ó sector turístico, para o cal deberase levar a cabo: a) Identificación, coñecemento e correcta aplicación das técnicas de comunicación segundo as características da empresa, públicos ós que se dirixe, obxectivos xerais e obxectivos de marketing. b) O coñecemento das posibilidades que ofrece para a empresa a utilización conxunta de ditas técnicas c) Implantación de programas e plans de comunicación dirixidos á promoción de produtos turísticos. d) Análise do Mix promocional. -Coñecer na práctica, mediante o estudo e análise de casos reais, as citadas técnicas de comunicación comercial aplicadas á promoción de produtos turísticos. Ao comezo de curso facilitaranse materiais coa presentación da asignatura, os contidos de cada tema en pdf, así como a documentación coas normas e estrutura para o desenvolvemento dos traballos e lecturas a realizar.				

Plan de continxencia	No suposto caso de que haxa que dar continuidade á actividade académica a través da non presencialidade, todos os alumnos matriculados na devandita modalidade, pasarán a seguir a materia en réxime non presencial. Para iso, habilitaranse os contidos e sesións previstas a través das plataformas do Campus Virtual da Universidade, de acordo en todo caso coas condicións que as posibles Resolucións Reitorais establezan en cada caso. Igualmente o sistema de avaliación neste caso será non presencial, polo que as presentacións, entregas de traballos e exames previstos serán non presenciais en calquera caso.

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título
A1	CE1 - Que os estudantes coñezan os principios da planificación e a xestión sustentable
A6	CE8 - Planificar novos destinos e produtos turísticos
A7	CE9 - Remodelar destinos turísticos maduros para adaptalos ás novas esixencias da demanda e ao desenvolvemento sustentable das comunidades receptoras
A10	CE10 - Manexar as TIC para a comunicación, promoción e a comercialización
A11	CE2 - Diagnosticar necesidades e oportunidades e identificar as potencialidades e ameazas do turismo para o desenvolvemento integral das sociedades receptoras
A12	CE7 - Capacidade para interpretar os cambios sociais e como afectan as innovacións nos produtos e ao comportamento do consumidor
B1	CB6 - Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, a miúdo nun contexto de investigación
B2	CB7 - Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornas novas ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo
B3	CB8 - Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e enfrontarse á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos
B4	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
B5	CB10 - Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun modo que haberá de ser en gran medida autodirigido ou autónomo.
B7	CG2 - Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida
B10	CG5 - Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse
C1	CT1 - Resolver problemas de forma efectiva
C2	CT2 - Comunicarse de xeito afectiva nunha contorna de traballo
C3	CT3 - Trabajar de forma autónoma con iniciativa
C4	CT4 - Traballar de forma colaborativa
C7	CT7 - Capacidade para a aprendizaxe de novos métodos e teorías, que doten dunha gran versatilidad para adaptarse a novas situacións
C8	CT8 - Comunicar por escrito e oralmente os coñecementos procedentes da linguaxe científica
C9	CT9 - Capacidade para resolver problemas con iniciativa, toma de decisións, creatividade, razonamiento crítico e de comunicar e transmitir coñecementos habilidades e destrezas

Resultados da aprendizaxe	
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do título

Ofrecer os futuros titulados no Master Oficial un coñecemento esencial sobre o proceso de promoción, desenvolvemento e comercialización de productos e paquetes turísticos	AP1 AP6 AP7 AM1 AM2 AM3	BM1 BM5 BM7	CM3 CM7
Presentar o concepto de producto turístico e a sua tipoloxía co fin de profundizar no coñecemento do proceso de diseñodos mesmos, desde a xeración de ideas ate o momento do lanzamento ó mercado dos novos productos, así como os factores determinantes da difusión dos mesmos e as claves do éxito ou fracaso do proceso	AP1 AP6 AP7 AM2 AM3	BM1 BM4 BM5 BM7 BM10	CM2 CM3 CM7
Saber desenvolver a implementación de programas e plans de comunicación dirixidos á promoción de productos turísticos a través do análisise do mix promocional	AP6 AP7 AM1 AM3	BM2 BM3	CM1 CM4 CM8 CM9
Conseguir do alumnado un nivel de coñecementos adecuado en orden a permitirlles non solo profundizar no alcance da comunicación social como unha das variables esenciais do marketing operativo,senón tamén no manexo das diferentes técnicas da promoción de destinos turísticos.	AP6 AP7 AM1 AM2 AM3	BM1 BM2	CM1 CM7

Contidos	
Temas	**Subtemas**
1. Introdución	I. Introdución á promoción e comunicación dos produtos e destinos turísticos
2. Marketing estratéxico no sector turístico	II. Marketing relacional no sector turístico III. Fidelización de clientes e estratexias no sector turístico IV. Calidade e satisfacción no sector turístico
3. Marketing operativo no sector turístico	V. Produto, prezo e distribución no sector turístico VI. A comunicación e o marketing turístico VII. A publicidade e o sector turístico

Planificación				
Metodoloxías / probas	**Competencias / Resultados**	**Horas lectivas (presenciais e virtuais)**	**Horas traballo autónomo**	**Horas totais**
Traballos tutelados	A1 A11 A12 A6 A7 A10 B2 B4 B7 B10 C1 C2 C4 C8 C9	10	15	25
Sesión maxistral	A1 A11 A6 A7 A10 B1 B3 B5 C7	35	55	90
Análise de fontes documentais	A12 B1 B3 B5 B10 C3 C7 C8	10	15	25
Atención personalizada		10	0	10
***Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado**				

Metodoloxías	
Metodoloxías	**Descrición**

Traballos tutelados	Requiriráselle ao alumnado presencial o desenvolvemento dun traballo de aplicación práctica consistente na realización dun plan de promoción e comercialización dun produto ou destino turístico, cos seguintes obxectivos: -Efectuar unha aproximación á realidade da actividade profesional no ámbito da promoción e comercialización de produtos e destinos turísticos. Por iso o traballo non poderá presentar elementos de ficción. -No traballo reflectiranse adecuadamente os contidos conformadores da materia. O formato do traballo será: -Soporte dixital e en formato pdf. -A extensión de cada traballo terá un máximo de 30 páxinas. -En todo o traballo terá que identificarse as fontes bibliográficas utilizadas e ao final do mesmo incluirase a pertinente bibliografía. A estrutura tipo do traballo será: -Introdución -Descrición e análise do mercado, contorna e competencia para o produto ou destino elixido. -Definición e análise do público obxectivo -Delimitación dos atributos do produto/destino -Posicionamento -Estratexias de promoción e comercialización -Plans de acción A bibliografía recomendada con carácter básico é: Kotler, P. et al. (2004), ?Marketing para el Turismo?, Pearson, Madrid. Serra, A. (2000), ?Marketing Turístico?, Pirámide, Madrid Bigne, E. et al. (2000), ?Marketing de Destinos Turísticos?, Esic, Madrid Ries, A y Trout, J. (2002), ?Posicionamiento?, McGraw-Hill Elizagarate, V. (2008), ?Marketing de Ciudades?, Pirámide. Alcázar, B. (2002), ?Los Canales de Distribución en el Sector Turístico?, Esic Baack, C. (2010), ?Publicidad, Promoción y Comunicación Integral en Marketing?, Pearson Na modalidade presencial, serán os docentes os que propoñan nos primeiros días de clase os diferentes temas e grupos de traballo. As entregas de traballos deberán facerse a través do enlace do Campus Virtual habilitado para tal efecto. A data de entrega, exposición e revisión do traballo confirmarase nos primeiros días de clase.
Sesión maxistral	Para a modalidade presencial utilizarase unha mestura de clases maxistrais coa posibilidade de discusión de casos reais e exercicios prácticos. Para o mellor aproveitamento da clase faise indispensable a participación activa dos/as alumnos/as, tanto na discusión dos conceptos como dos casos que se traten. Aquelas dúbidas que se susciten entre o alumnado poderán exporse presencialmente e tamén por correo electrónico e Teams.

Análise de fontes documentais	A finalidade desta actividade consiste en desenvolver a visión crítica do alumnado, de forma individual, sobre cuestións relacionadas cos contidos da materia e plasmadas en traballos de carácter fundamentalmente teórico. As lecturas facilitaranse a través do Campus Virtual e a data de entrega coincidirá coa finalización das clases presenciais e en ningún caso poderá atrasarse. O método para entregar a lectura será a través do enlace habilitado no Campus Virtual para tal efecto. O alumnado deberá traballar e entregar unha das catro lecturas propostas. Con cada lectura efectuarase por parte do alumnado as seguintes tarefas: -Síntese do texto -Procura de referencias bibliográficas que respondan a textos complementarios da lectura proposta. -Elaboración dunha análise crítica da lectura facilitada, sobre a base da bibliografía complementaria. O formato do traballo será: -Soporte dixital é en formato pdf. -O documento elaborarase en letra Times New Roman, corpo 12, e interlineado 1,5. -A extensión de cada traballo terá un mínimo de 5 páxinas e un máximo de 10. -En todo traballo haberá que identificar as fontes bibliográficas utilizadas e ao final do mesmo incluirase a pertinente bibliografía.

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Análise de fontes documentais Sesión maxistral Traballos tutelados	Farase un exhaustivo seguimento personalizado de todo o traballo desenvolto ao longo da materia. A través do Campus Virtual o propio alumnado presencial poderá revisar tamén os PDFs que conteñen a información teórica e que lles permitirán ser un complemento ás fontes bibliográficas recomendadas. En calquera momento os/as alumnos/as presenciais poderán contactar co profesorado vía correo electrónico para resolver calquera dúbida relacionada co traballo práctico e marcar, de ser necesario, unha titoría presencial. valejand@udc.es, oscarjb@udc.es e eva.sanchez.amboage@udc.es.

Avaliación			
Metodoloxías	**Competencias / Resultados**	**Descrición**	**Cualificación**
Análise de fontes documentais	A12 B1 B3 B5 B10 C3 C7 C8	Para o traballo individual de análise de fontes documentais os criterios de valoración serán: -Claridade e concisión -Coñecemento e manexo dos conceptos -Achega propia sustentada no correspondente marco teórico Todos os traballos valoraranse nunha escala de 0 a 10 aplicándose posteriormente a ponderación oportuna. A cualificación desta parte responderá a unha ponderación do 30% sobre a nota final de avaliación da materia.	30
Sesión maxistral	A1 A11 A6 A7 A10 B1 B3 B5 C7	Valorarase a asistencia e participación na clase do alumnado presencial. Tamé se valorará a participación activa nos foros/debates que se propoñan no Campus Virtual.	10

Traballos tutelados	A1 A11 A12 A6 A7 A10 B2 B4 B7 B10 C1 C2 C4 C8 C9	Levarase a cabo unha avaliación continua e individualizada do traballo de cada alumno/a no traballo tutelado na modalidade presencial. Os criterios de valoración da avaliación continua serán: -Actitude -Proactividade -Resolución de problemas -Implicación A ponderación da avaliación continua sobre a nota final será dun 20%. Os criterios de valoración do traballo escrito serán: -Adecuada estruturación do traballo -Claridade e concisión no desenvolvemento -Coñecemento e manexo dos conceptos -Orixinalidade das ideas propostas -Viabilidade do plan -Estética do documento A ponderación do traballo escrito sobre a nota final será dun 20%. Os criterios de valoración das presentacións orais faranse de xeito individualizado e serán: -Organización e capacidade de síntese -Interese do contido -Precisión e claridade de exposición -Adaptación ao tempo (10 minutos) -Estética do documento de presentación A ponderación da presentación oral sobre a nota final será dun 20%. Tanto a avaliación continua, como o traballo escrito e a presentación oral valoraranse nunha escala de 0 a 10 aplicándose posteriormente a ponderación oportuna. A cualificación desta parte responderá a unha ponderación do 60% sobre a nota final de avaliación da materia.	60

Observacións avaliación
Para superar a asignatura será necesario ter unha calificación de máis de 5 puntos en todas e cada unha das partes (análise de fontes documentais, traballo tutelado e participación en foros). O sistema de evaluación será o mismo para ambas oportunidades. Cualificación de non presentado: Corresponde ao alumno, cando só participe de actividades de avaliación que teñan unha ponderación inferior ao 20% sobre a cualificación final, con independencia da cualificación alcanzada. Segunda oportunidade e convocatoria adiantada: Os criterios de avaliación son os mesmos para todas as oportunidades de avaliación. Na convocatoria adiantada é posible recuperar os puntos da avaliación continua mediante preguntas adicionais á proba obxectiva final. Estudantes con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia: Excepto para as datas aprobadas na Xunta de Facultade para a proba obxectiva final, para as restantes probas acordarase ao comezo do curso un calendario específico de datas compatible coa súa dedicación. Identificación do estudante: O estudante debe acreditar a súa personalidade de acordo coa normativa vixente.

Fontes de información

Bibliografía básica	- Martínez, V.A., Juanatey, O. (2015). Material básico para el seguimiento de las sesiones magistrales. - Best, R. (2007). Marketing estratégico. Madrid, Pearson-Prentice Hall - Bel, I. (2004). Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones. Pamplona, EUNSA Os dous manuais referenciados son de simple consulta para as posibles dúbidas que poidan xurdir ao longo do curso ou para aquel alumnado que queira profundar en temas específicos.
Bibliografía complementaria	

Recomendacións
Materias que se recomenda ter cursado previamente
Materias que se recomenda cursar simultaneamente
Materias que continúan o temario
Observacións

(*)A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías