UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guia docente				
Datos Identificativos				2023/24
Asignatura (*)	Promoción y comercialización de destinos y productos turísticos		Código	615524103
Titulación	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)			
Descriptores				
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
Máster Oficial	1º cuatrimestre	Primero	Obligatoria	6
Idioma	Castellano			
Modalidad docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	EconomíaEmpresa			
Coordinador/a	Sánchez Amboage, Eva	Correo electrónico	eva.sanchez.amboage@udc.es	
Profesorado	Sánchez Amboage, Eva	Correo electrónico	eva.sanchez.amboage@udc.es	
Web				
Descripción general	Los objetivos de la materia son los siguientes: -Ofrecer a los futuros titulados en el Master Oficial un conocimiento esencial sobre el proceso de creación, desarrollo y comercialización de productos y paquetes turísticos. -Presentar el concepto de producto turístico y su tipología con el fin de profundizar en el conocimiento del proceso de diseño de estos, desde la generación de ideas hasta el momento del lanzamiento de los nuevos productos, así como los factores determinantes de la difusión de estos y las claves para el éxito o fracaso del proceso. -Conseguir de los alumnos/as un nivel de conocimientos adecuado con el propósito de permitirles profundizar en el alcance de la comunicación social, en términos generales, como una de las variables esenciales del marketing operativo y, específicamente, en el manejo de las diferentes técnicas propias de la promoción de productos turísticos. - Sistematizar el conjunto de acciones propias de la comunicación comercial, aplicada al sector turístico, para lo cuál se deberá llevar a cabo: a) Identificación, conocimiento y correcta aplicación de las técnicas de comunicación según las características de la empresa, públicos a los que se dirige, objetivos generales y objetivos de marketing. b) El conocimiento de las posibilidades que ofrece para la empresa la utilización conjunta de dichas técnicas c) Implantación de programas y planes de comunicación dirigidos a la promoción de productos turísticos. d) Análisis del Mix promocional. -Conocer en la práctica, mediante el estudio y análisis de casos reales, las citadas técnicas de comunicación comercial aplicadas a la promoción de productos turísticos. Al inicio de curso se facilitarán materiales con la presentación de la asignatura, los contenidos de cada tema en pdf, así como la documentación con las normas y estructura para el desarrollo de los trabajos y lecturas a realizar.			

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
A1	CE1 - Que los estudiantes conozcan los principios de la planificación y la gestión sostenible
A6	CE8 - Planificar nuevos destinos y productos turísticos
A7	CE9 - Remodelar destinos turísticos maduros para adaptarlos a las nuevas exigencias de la demanda y al desarrollo sostenible de las comunidades receptoras
A8	CE11 - Saber definir proyectos de investigación innovadores que repercutan positivamente en el sector

A9	CE12 - Utilizar las metodologías científicas adecuadas tanto cualitativas como cuantitativas
A10	CE10 - Manejar las TIC para la comunicación, promoción y la comercialización
A11	CE2 - Diagnosticar necesidades y oportunidades e identificar las potencialidades y amenazas del turismo para el desarrollo integral de las sociedades receptoras
A12	CE7 - Capacidad para interpretar los cambios sociales y como afectan a las innovaciones en los productos y al comportamiento del consumidor
B1	CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación
B2	CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio
B3	CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
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 los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.
B6	CG1 - Expresarse correctamente, tanto de forma verbal como escrita, en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma
B7	CG2 - Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida
B8	CG3 - Desenvolverse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basada en el conocimiento y orientadas al bien común
B9	CG4 - Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras
B10	CG5 - Valorar criticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse
B11	CG6 - Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida
B12	CG7 - Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desenvolvimiento tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad
C1	CT1 - Resolver problemas de forma efectiva
C2	CT2 - Comunicarse de manera afectiva en un entorno de trabajo
C3	CT3 - Trabajar de forma autónoma con iniciativa
C4	CT4 - Trabajar de forma colaborativa
C5	CT5 - Comportarse con ética y responsabilidad social como ciudadano y como profesional
C6	CT6 - Capacidad para interpretar, seleccionar y valorar conceptos adquiridos en otras disciplinas del ámbito turístico
C7	CT7 - Capacidad para el aprendizaje de nuevos métodos y teorías, que doten de una gran versatilidad para adaptarse a nuevas situaciones
C8	CT8 - Comunicar por escrito y oralmente los conocimientos procedentes del lenguaje científico
C9	CT9 - Capacidad para resolver problemas con iniciativa, toma de decisiones, creatividad, razonamiento crítico y de comunicar y transmitir conocimientos habilidades y destrezas

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título		
Ofrecer a los futuros titulados en el Master Oficial un conocimiento esencial sobre el proceso de promoción, desarrollo y comercialización de productos y paquetes turísticos.	AP1 AP6 AP7	BM1 BM5 BM8 BM9 BM11 BM12	CM6 CM7

Presentar el concepto de producto turístico e su tipología con el fin de profundizar en el conocimiento del proceso de diseño de los mismos, desde la generación de ideas hasta el momento del lanzamiento al mercado de los nuevos productos, así como los factores determinantes de la difusión de los mismos y las claves del éxito o fracaso del proceso.	AP1 AP6 AP7	BM1 BM5 BM8 BM9 BM11 BM12	CM6 CM7
Saber desarrollar la implementación de programas y planes de comunicación dirigidos a la promoción de productos turísticos a través del análisis del mix promocional.	AI1 AI2 AM1 AM2 AM3	BM2 BM3 BM4 BM6 BM7 BM10	CM1 CM2 CM3 CM4 CM5 CM8 CM9
Conseguir del alumnado un nivel de conocimientos adecuado en orden a permitirles no solo profundizar en el alcance de la comunicación social como una de las variables esenciales del marketing operativo, sino también en el manejo de las diferentes técnicas de la promoción de destinos turísticos.	AP6 AP7 AI1 AI2 AM1 AM2 AM3	BM1 BM2 BM3 BM4 BM5 BM6 BM7 BM8 BM9 BM10 BM11 BM12	CM1 CM2 CM3 CM4 CM5 CM6 CM7 CM8 CM9

Contenidos	
Tema	**Subtema**
1. Introducción	1.1. Conceptualización 1.2. El Plan de Comercialización y Promoción Turística
2. Diseño y comercialización de productos turísticos	2.1. Análisis de la situación. Tendencias 2.2. Segmentación y buyer persona 2.3. Diseño del producto turístico 2.4. Creación de marca. Identidad e imagen 2.5. Posicionamiento 2.6. Comercialización del producto turístico

3. Promoción y comunicación de productos turísticos	3.1. Plan de comunicación integral (objetivos, presupuesto, acciones y timing) 3.2. El mix de comunicación tradicional 3.3. Nuevas tendencias en comunicación comercial y marketing turístico: o Comunicación 360º o Social media y marketing de contenidos o Storytelling o Publicidad online o Comunicación experiencial o CRM y fidelización de clientes o Inteligencia Artificial y marketing o Mobil marketing o Email marketing o Street marketing

Planificación				
Metodologías / pruebas	**Competencias / Resultados**	**Horas lectivas (presenciales y virtuales)**	**Horas trabajo autónomo**	**Horas totales**
Trabajos tutelados	A1 A11 A12 A6 A7 A10 A8 A9 B1 B2 B4 B6 B7 B8 B10 B9 B11 C1 C2 C3 C5 C4 C7 C6 C8 C9	13	19	32
Aprendizaje servicio	A1 A11 A12 A6 A7 A10 A8 A9 B1 B2 B4 B6 B7 B8 B10 B11 C1 C2 C3 C5 C4 C7 C6 C8 C9	13	19	32
Sesión magistral	A1 A11 A12 A6 A7 A10 A8 A9 B1 B8 B10 B9 B11 B12	13	22	35
Análisis de fuentes documentales	A9 B2 B3 B5 B4 B6 B7 B10 B11 B12	3	38	41
Atención personalizada		10	0	10
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	**Descripción**

Trabajos tutelados	Se le requerirá al alumnado presencial el desarrollo de un trabajo de aplicación práctica consistente en la realización de un plan de promoción y comercialización de un producto o destino turístico, con los siguientes objetivos: -Efectuar una aproximación a la realidad de la actividad profesional en el ámbito de la promoción y comercialización de productos y destinos turísticos. Por eso el trabajo no podrá presentar elementos de ficción. -En el trabajo se reflejarán adecuadamente los contenidos conformadores de la materia. -La sostenibilidad será un elemento transversal en el trabajo, así como en las propuestas a desarrollar. La estructura y formato de trabajo se indicará por los profesores/as de la materia en los primeros días de clase. En la modalidad presencial, serán los docentes los que propongan en los primeros días de clase los diferentes temas de trabajo y configuren los equipos de trabajo asignando los respectivos miembros a cada uno. Las entregas de trabajos deberán hacerse a través del enlace en el Campus Virtual habilitado para tal efecto. La fecha de entrega, exposición y revisión del trabajo se confirmará durante los primeros días de clase.
Aprendizaje servicio	Los estudiantes podrán elegir entre esta actividad de aprendizaje-servicio o el trabajo tutelado. En este caso la metodología combina el servicio a la comunidad con el aprendizaje en un proyecto conjunto (realización de un plan de promoción y comercialización de un producto o destino turístico). De esta manera, los estudiantes se involucrarán en necesidades reales de su entorno con el propósito de mejorarlo. Es importante destacar que estas dos actividades son excluyentes, lo que significa que los alumnos/as solo participarán en una de ellas. Los profesores/as brindarán apoyo tanto en las tutorías grupales presenciales en el aula como en la atención personalizada a los alumnos/as. La estructura y formato del trabajo se indicarán por los profesores/as de la materia en los primeros días de clase. En la modalidad presencial, serán los docentes los que propongan en los primeros días de clase los diferentes temas de trabajo y configuren los equipos de trabajo asignando los respectivos miembros la cada uno. Las entregas de trabajos deberán hacerse a través del enlace del Campus Virtual habilitado para tal efecto. La fecha de entrega, exposición y revisión del trabajo se confirmará en los primeros días de clase.
Sesión magistral	Para la modalidad presencial se utilizará una mezcla de clases magistrales con la posibilidad de discusión de casos reales y ejercicios prácticos. Para el mejor aprovechamiento de la clase se hace indispensable la participación activa de los/las alumnos/las, tanto en la discusión de los conceptos como de los casos que se traten. Aquellas dudas que se susciten entre el alumnado podrán exponerse de forma presencial y también a través del correo electrónico y Teams (previo aviso por correo electrónico).
Análisis de fuentes documentales	La finalidad de esta actividad consiste en desarrollar la visión crítica del alumnado, de forma individual, sobre cuestiones relacionadas con los contenidos de la materia y plasmadas en trabajos de carácter fundamentalmente teórico. Las lecturas se facilitarán a través del Campus Virtual y la fecha de entrega coincidirá con la finalización de las clases presenciales (en ningún caso podrá retrasarse). El método para entregar la lectura será a través del enlace habilitado en el Campus Virtual para tal efecto. La estructura y formato del trabajo se indicarán por los profesores/as de la materia en los primeros días de clase.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**

Análisis de fuentes documentales Aprendizaje servicio Sesión magistral Trabajos tutelados	Se hará un exhaustivo seguimiento personalizado de todo el trabajo desarrollado a lo largo de la materia. A través del Campus Virtual el propio alumnado presencial podrá revisar también los PDFs que contienen la información teórica, que les servirán de complemento a las fuentes bibliográficas recomendadas. En cualquier momento los/las alumnos/las presenciales podrán contactar con el profesorado vía correo electrónico para resolver cualquier duda relacionada con el trabajo práctico y marcar, de ser necesario, una tutoría presencial.

Evaluación			
Metodologías	**Competencias / Resultados**	**Descripción**	**Calificación**
Análisis de fuentes documentales	A9 B2 B3 B5 B4 B6 B7 B10 B11 B12	Para el trabajo individual de análisis de fuentes documentales los criterios de valoración serán: -Claridad y concisión -Conocimiento y manejo de los conceptos -Aportación propia sustentada en el correspondiente marco teórico Todos los trabajos se valorarán en una escala de 0 a 10 aplicándose posteriormente la ponderación oportuna. La calificación de esta parte responderá a una ponderación del 30% sobre la nota final de evaluación de la materia.	30

Aprendizaje servicio	A1 A11 A12 A6 A7 A10 A8 A9 B1 B2 B4 B6 B7 B8 B10 B11 C1 C2 C3 C5 C4 C7 C6 C8 C9	La actividad de aprendizaje-servicio y el trabajo tutelado son excluyentes, por lo que el alumnado escogerá entre realizar una u otra actividad, de tal manera que la nota correspondiente será la suma de la asignada la cada actividad, es decir un 60% de la nota final. Se llevará a cabo una evaluación continua e individualizada del trabajo de cada alumno/a en la actividad de aprendizaje y servicio en la modalidad presencial. Los criterios de valoración de la evaluación continua serán: -Actitud -Proactividad -Resolución de problemas -Implicación La ponderación de la evaluación continua sobre la nota final será de un 20%. Los criterios de valoración del documento escrito serán: -Adecuada estructuración del trabajo -Claridad y concisión -Conocimiento y manejo de los conceptos -Originalidad de las ideas propuestas -Viabilidad del plan -Estética del documento La ponderación del documento escrito sobre la nota final será de un 20%. Los criterios de valoración de las presentaciones orales se harán de manera individualizada y serán: a) Organización y capacidad de síntesis b) Interés del contenido c) Precisión y claridad de exposición d) Adaptación al tiempo (10 minutos) e) Estética del documento de presentación La ponderación de la presentación oral sobre la nota final será de un 20%. De este bloque los ítems a, b, d, e ponderarán un 10% y el ítem c el otro 10%. Tanto la evaluación continua, como el documento escrito y la presentación oral se valorarán en una escala de 0 a 10 aplicándose posteriormente la ponderación oportuna. La cualificación de esta parte responderá a una ponderación del 60% sobre la nota final de evaluación de la materia.	30
Sesión magistral	A1 A11 A12 A6 A7 A10 A8 A9 B1 B8 B10 B9 B11 B12	Se valorará la asistencia y participación en la clase del alumnado presencial.	10

Trabajos tutelados	A1 A11 A12 A6 A7 A10 A8 A9 B1 B2 B4 B6 B7 B8 B10 B9 B11 C1 C2 C3 C5 C4 C7 C6 C8 C9	La actividad de aprendizaje-servicio y el trabajo tutelado son excluyentes, por lo que el alumnado escogerá entre realizar una u otra actividad, de tal manera que la nota correspondiente será la suma de la asignada la cada actividad, es decir un 60% de la nota final. Se llevará a cabo una evaluación continua e individualizada del trabajo de cada alumno/a en el trabajo tutelado en la modalidad presencial. Los criterios de valoración de la evaluación continua serán: -Actitud -Proactividad -Resolución de problemas -Implicación La ponderación de la evaluación continua sobre la nota final será de un 20%. Los criterios de valoración del trabajo escrito serán: -Adecuada estructuración del trabajo -Claridad y concisión en el desarrollo -Conocimiento y manejo de los conceptos -Originalidad de las ideas propuestas -Viabilidad del plan -Estética del documento La ponderación del trabajo escrito sobre la nota final será de un 20%. Los criterios de valoración de las presentaciones orales se harán de manera individualizada y serán: a) Organización y capacidad de síntesis b) Interés del contenido c) Precisión y claridad de exposición d) Adaptación al tiempo (10 minutos) e) Estética del documento de presentación La ponderación de la presentación oral sobre la nota final será de un 20%. De este bloque los ítems a, b, d, e ponderarán un 10% y el ítem c el otro 10%. Tanto la evaluación continua, como el trabajo escrito y la presentación oral se valorarán en una escala de 0 a 10 aplicándose posteriormente la ponderación oportuna. La cualificación de esta parte responderá a una ponderación del 60% sobre la nota final de evaluación de la materia.	30

Observaciones evaluación

Para superar la asignatura será necesario tener una calificación de más de 5 puntos en todas y cada una de las partes (análisis de fuentes documentales, trabajo tutelado y foros).
El sistema de evaluación será el mismo para ambas oportunidades.
Calificación de no presentado: Corresponde al alumno, cuando solo participe de actividades de evaluación que tengan una ponderación inferior al 20% sobre la calificación final, con independencia de la calificación alcanzada.
Segunda oportunidad y convocatoria adelantada: Los criterios de evaluación son los mismos para todas las oportunidades de evaluación. En la convocatoria adelantada es posible recuperar los puntos de la evaluación continua mediante preguntas adicionales a la prueba objetiva final.
Estudiantes con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial y dispensa académica de exención de asistencia: Excepto para las fechas aprobadas en la Junta de Facultad para la prueba objetiva final, para las restantes pruebas se acordará al inicio del curso un calendario específico de fechas compatible con su dedicación.
Identificación del estudiante: El estudiante ha de acreditar su personalidad de acuerdo con la normativa vigente.
La realización fraudulenta de las pruebas o actividades de evaluación implicará directamente la cualificación de suspenso '0' en la materia, en la convocatoria correspondiente, invalidando así cualquier cualificación obtenida en todas las actividades de evaluación de cara a convocatoria extraordinaria.

Fuentes de información	
Básica	- Bel, I. (2004). Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones. Pamplona, EUNSA - Best, R. (2007). Marketing estratégico. Madrid, Pearson-Prentice Hall - Blanco, T. P., & Herrera, J. S. (2017). Nuevas tendencias en comunicación estratégica. ESIC - Moreno, M. R. (2020). Marketing turístico: Fundamentos y dirección. Ediciones Pirámide - de la Ballina Ballina, F. J. (2017). Marketing turístico aplicado. ESIC - Kotler, Bowen, Makens (2015). Marketing Turístico. Pearson Los manuales referenciados son de simple consulta para las posibles dudas que puedan surgir a lo largo del curso o para aquel alumnado que quiera profundizar en temas específicos.
Complementária	

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Asignaturas que continúan el temario
Otros comentarios
Los trabajos a entregar en esta materia: Se solicitará en formato virtual y/o soporte informático.Se realizará a través del Campus Virtual, en formato digital sin necesidad de imprimirlos. Se debe tener en cuenta a importancia de los principios éticos relacionados con los valores de sostenibilidad y en los comportamientos personales y profesionales. Se trabajará sin perjuicios y actitudes sexistas, fomentando el respeto y la igualdad. Se facilitará la plena integración del alumnado que por razones físicas, sensoriales, psíquicas o socioculturales, experimenten dificultades para un acceso idóneo, igualitario y provechoso a la vida universitaria.

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías