



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data			2023/24	
Subject (*)	Promotion and commercialization of destinations and tourist products	Code		615524103
Study programme	Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016)			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Official Master's Degree	1st four-month period	First	Obligatory	6
Language	Spanish			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department	EconomíaEmpresa			
Coordinador	Sánchez Amboage, Eva	E-mail	eva.sanchez.amboage@udc.es	
Lecturers	Sánchez Amboage, Eva	E-mail	eva.sanchez.amboage@udc.es	
Web				
General description	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/as 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.			

Study programme competences

Code	Study programme competences
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
A8	CE11 - Saber definir proxectos de investigación innovadores que repercutan positivamente no sector



A9	CE12 - Utilizar as metodoloxías científicas adecuadas tanto cualitativas como cuantitativas
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 coñecidas 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.
B6	CG1 - Expresarse correctamente, tanto de forma verbal como escrita, nas linguas oficiais da Comunidade Autónoma
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
B8	CG3 - Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseada no coñecemento e orientadas ao ben común
B9	CG4 - Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras
B10	CG5 - Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse
B11	CG6 - Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida
B12	CG7 - Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade
C1	CT1 - Resolver problemas de forma efectiva
C2	CT2 - Comunicarse de xeito afectiva nunha contorna de traballo
C3	CT3 - Traballar de forma autónoma con iniciativa
C4	CT4 - Traballar de forma colaborativa
C5	CT5 - Comportarse con ética e responsabilidade social como cidadán e como profesional
C6	CT6 - Capacidade para interpretar, seleccionar e valorar conceptos adquiridos noutras disciplinas do ámbito turístico
C7	CT7 - Capacidade para a aprendizaxe de novos métodos e teorías, que doten dunha gran versatilidade 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

Learning outcomes			
Learning outcomes		Study programme competences	
Ofrecer os futuros titulados no Master Oficial un coñecemento esencial sobre o proceso de promoción, desenvolvemento e comercialización de produtos e paquetes turísticos.		AJ1	BC1
		AJ6	BC5
		AJ7	BC8
			BC9
			BC11
			BC12
		CC6	
		CC7	



Presentar o concepto de produto turístico e a súa tipoloxía co fin de profundizar no coñecemento do proceso de deseños 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 do éxito ou fracaso do proceso	AJ1 AJ6 AJ7	BC1 BC5 BC8 BC9 BC11 BC12	CC6 CC7
Saber desenvolver a implementación de programas e plans de comunicación dirixidos á promoción de produtos turísticos a través do análise do mix promocional	AR1 AR2 AC1 AC2 AC3	BC2 BC3 BC4 BC6 BC7 BC10	CC1 CC2 CC3 CC4 CC5 CC8 CC9
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.	AJ6 AJ7 AR1 AR2 AC1 AC2 AC3	BC1 BC2 BC3 BC4 BC5 BC6 BC7 BC8 BC9 BC10 BC11 BC12	CC1 CC2 CC3 CC4 CC5 CC6 CC7 CC8 CC9

Contents	
Topic	Sub-topic
1. Introducción	1.1. Conceptualización 1.2. O Plan de Comercialización e Promoción Turística
2. Deseño e comercialización de produtos turísticos	2.1. Análise da situación. Tendencias 2.2. Segmentación e buyer persona 2.3. Deseño do produto turístico 2.4. Creación de marca. Identidade e imaxe 2.5. Posicionamento 2.6. Comercialización do produto turístico
3. Promoción e comunicación de produtos turísticos	3.1. Plan de comunicación integral (obxectivos, orzamento, accións e timing) 3.2. O mix de comunicación tradicional 3.3. Novas tendencias en comunicación comercial e marketing turístico: -Comunicación 360º -Social media e marketing de contidos -Storytelling -Publicidade online -Comunicación experiencial -CRM e fidelización de clientes -Intelixencia Artificial e marketing -Mobil marketing -Email marketing -Street marketing



Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Supervised projects	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
Aprendizaxe servizo	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
Guest lecture / keynote speech	A1 A11 A12 A6 A7 A10 A8 A9 B1 B8 B10 B9 B11 B12	13	22	35
Document analysis	A9 B2 B3 B5 B4 B6 B7 B10 B11 B12	3	38	41
Personalized attention		10	0	10
(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.				

Methodologies	
Methodologies	Description
Supervised projects	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. -A sustentabilidade será un elemento transversal no traballo e nas propostas a desenvolver. A estrutura e formato do traballo indicaranse polos profesores/as da materia nos primeiros días de clase. Na modalidade presencial, serán os docentes os que propoñan nos primeiros días de clase os diferentes temas de traballo e configuren os equipos asignando os respectivos membros a cada un. 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 confirmarse nos primeiros días de clase.



Aprendizaxe servizo	Os estudantes poderán elixir entre esta actividade de aprendizaxe-servizo ou o traballo tutelado. Neste caso a metodoloxía combina o servizo á comunidade coa aprendizaxe nun proxecto conxunto (realización dun plan de promoción e comercialización dun produto ou destino turístico). Desta maneira, os estudantes involucraranse en necesidades reais da súa contorna co propósito de melloralo. É importante destacar que estas dúas actividades son excluíntes, o que significa que os alumnos/as só participarán nunha delas. Os profesores/as brindarán apoio tanto nas titorías grupais presenciais na aula como na atención personalizada aos alumnos/as. A estrutura e formato do traballo indicaranse polos profesores/as da materia nos primeiros días de clase. Na modalidade presencial, serán os docentes os que propoñan nos primeiros días de clase os diferentes temas de traballo e configuren os equipos de traballo asignando os respectivos membros a cada un. 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.
Guest lecture / keynote speech	Para a modalidade presencial utilizarase unha mestura de clases maxistras 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.
Document analysis	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. A estrutura e formato do traballo indicaranse polos profesores/as da materia nos primeiros días de clase.

Personalized attention

Methodologies	Description
Document analysis	Farase un exhaustivo seguimento personalizado de todo o traballo desenvolto ao longo da materia.
Aprendizaxe servizo	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.
Guest lecture / keynote speech	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.
Supervised projects	

Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
---------------	--------------	-------------	---------------



Document analysis	A9 B2 B3 B5 B4 B6 B7 B10 B11 B12	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
-------------------	-------------------------------------	--	----



Aprendizaxe servizo	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	A actividade de aprendizaxe-servizo e o traballo tutelado son excluíntes, polo que o alumnado escollerá entre realizar unha ou outra actividade, de tal maneira que a nota correspondente será a suma da asignada a cada actividade, é dicir un 60% da nota final. Levarase a cabo unha avaliación continua e individualizada do traballo de cada alumno/a na actividade de aprendizaxe e servizo 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 documento 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 documento escrito sobre a nota final será dun 20%. Os criterios de valoración das presentacións orais faranse de xeito individualizado e serán: a) Organización e capacidade de síntese b) Interese do contido c) Precisión e claridade de exposición d) Adaptación ao tempo (10 minutos) e) Estética do documento de presentación A ponderación da presentación oral sobre a nota final será dun 20%. Deste bloque os ítems a, b, d, e ponderarán un 10% e o ítem c o outro 10%. Tanto a avaliación continua, como o documento 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	30
Guest lecture / keynote speech	A1 A11 A12 A6 A7 A10 A8 A9 B1 B8 B10 B9 B11 B12	Valorarase a asistencia e participación na clase do alumnado presencial.	10



Supervised projects	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	A actividade de aprendizaxe-servizo e o traballo tutelado son excluíntes, polo que o alumnado escollerá entre realizar unha ou outra actividade, de tal maneira que a nota correspondente será a suma da asignada a cada actividade, é dicir un 60% da nota final. 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: a) Organización e capacidade de síntese b) Interese do contido c) Precisión e claridade de exposición d) Adaptación ao tempo (10 minutos) e) Estética do documento de presentación A ponderación da presentación oral sobre a nota final será dun 20%. Deste bloque os ítems a, b, d, e ponderarán un 10% e o ítem c o outro 10%. 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.	30
---------------------	--	---	----

Assessment comments



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 avaliación será o mesmo 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.

A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación implicará directamente a cualificación de suspenso '0' na materia, na convocatoria correspondente, invalidando así calquera cualificación obtida en todas as actividades de avaliación de cara a convocatoria extraordinaria.

Sources of information

Basic	- 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 Os 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.
Complementary	

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Other comments

Os traballos a entregar nesta materia: Solicitarase en formato virtual e/ou soporte informático. Realizarase a través do Campus Virtual, en formato dixital sen necesidade de imprimilos. Débese ter en conta a importancia dos principios éticos relacionados cos valores de sostibilidade e nos comportamentos persoais e profesionais. Traballarase sen prexuízos e actitudes sexistas, fomentando o respecto e a igualdade. Facilitarase a plena integración do alumnado que por razóns físicas, sensoriais, psíquicas ou socioculturais, experimenten dificultades para un acceso axeitado, igualitario e proveitoso á vida universitaria.

(*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.