



Guía Docente

| Datos Identificativos | | | | | 2023/24 |
|-----------------------|---|--------------------|----------------------------|-----------|---------|
| Asignatura (*) | Promoción e comercialización de destinos e produtos turísticos | | Código | 615524103 | |
| Titulación | Mestrado Universitario en Planificación e Xestión de Destinos e Produtos Turísticos(plan 2016) | | | | |
| Descritores | | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos | |
| Mestrado Oficial | 1º cuatrimestre | Primeiro | Obrigatoria | 6 | |
| Idioma | Castelán | | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | | |
| Prerrequisitos | | | | | |
| Departamento | EconomíaEmpresa | | | | |
| Coordinación | Sánchez Amboage, Eva | Correo electrónico | eva.sanchez.amboage@udc.es | | |
| Profesorado | Sánchez Amboage, Eva | Correo electrónico | eva.sanchez.amboage@udc.es | | |
| Web | | | | | |
| Descrición xeral | <p>Os obxectivos da materia son os seguintes:</p> <p>-Ofrecer aos futuros titulados no Master Oficial un coñecemento esencial sobre o proceso de creación, desenvolvemento e comercialización de produtos e paquetes turísticos.</p> <p>-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.</p> <p>-Conseguir dos alumnos/as un nivel de coñecementos adecuado co propósito de permitirles 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.</p> <p>-Sistematizar o conxunto de accións propias da comunicación comercial, aplicada ó sector turístico, para o cal deberase levar a cabo:</p> <p>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.</p> <p>b) O coñecemento das posibilidades que ofrece para a empresa a utilización conxunta de ditas técnicas</p> <p>c) Implantación de programas e plans de comunicación dirixidos á promoción de produtos turísticos.</p> <p>d) Análise do Mix promocional.</p> <p>-Coñecer na práctica, mediante o estudo e análise de casos reais, as citadas técnicas de comunicación comercial aplicadas á promoción de produtos turísticos.</p> <p>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.</p> | | | | |

Competencias do título

| Código | Competencias 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 |
| 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 autodirixido 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 - Trabajar 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 |

Resultados da aprendizaxe

| Resultados de aprendizaxe | Competencias do título | | |
|--|------------------------|------|-----|
| Ofrecer os futuros titulados no Master Oficial un coñecemento esencial sobre o proceso de promoción, desenvolvemento e comercialización de produtos e paquetes turísticos. | AP1 | BM1 | CM6 |
| | AP6 | BM5 | CM7 |
| | AP7 | BM8 | |
| | | BM9 | |
| | | BM11 | |
| | | BM12 | |



| | | | |
|---|---|---|---|
| Presentar o concepto de produto turístico e a súa tipoloxía co fin de profundizar no coñecemento do proceso de deseños 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 do éxito ou fracaso do proceso | AP1 AP6 AP7 | BM1 BM5 BM8 BM9 BM11 BM12 | CM6 CM7 |
| Saber desenvolver a implementación de programas e plans de comunicación dirixidos á promoción de produtos turísticos a través do análise do mix promocional | AI1 AI2 AM1 AM2 AM3 | BM2 BM3 BM4 BM6 BM7 BM10 | CM1 CM2 CM3 CM4 CM5 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 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 |

| Contidos | |
|---|---|
| Temas | Subtemas |
| 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 |



| Planificación | | | | |
|-------------------------------|--|-------------------|---|--------------|
| Metodoloxías / probas | Competencias | Horas presenciais | Horas non presenciais / traballo autónomo | Horas totais |
| Traballos 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 |
| 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 |
| Sesión maxistral | A1 A11 A12 A6 A7 A10 A8 A9 B1 B8 B10 B9 B11 B12 | 13 | 22 | 35 |
| Análise de fontes documentais | A9 B2 B3 B5 B4 B6 B7 B10 B11 B12 | 3 | 38 | 41 |
| 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 | <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> -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. <p>A estrutura e formato do traballo indicaranse polos profesores/as da materia nos primeiros días de clase.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> |



| | |
|-------------------------------|--|
| Aprendizaxe servizo | <p>Os estudantes poderán elixir entre esta actividade de aprendizaxe-servizo ou o traballo tutelado.</p> <p>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).</p> <p>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.</p> <p>A estrutura e formato do traballo indicaranse polos profesores/as da materia nos primeiros días de clase.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> |
| Sesión maxistral | <p>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.</p> <p>Aquelas dúbidas que se susciten entre o alumnado poderán exporse presencialmente e tamén por correo electrónico e Teams.</p> |
| Análise de fontes documentais | <p>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.</p> <p>A estrutura e formato do traballo indicaranse polos profesores/as da materia nos primeiros días de clase.</p> |

Atención personalizada

| Metodoloxías | Descrición |
|-------------------------------|--|
| Análise de fontes documentais | 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. |
| Sesión maxistral | 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. |
| Traballos tutelados | |

Avaliación

| Metodoloxías | Competencias | Descrición | Cualificación |
|--------------|--------------|------------|---------------|
| | | | |



| | | | |
|-------------------------------|-------------------------------------|--|----|
| Análise de fontes documentais | A9 B2 B3 B5 B4 B6 B7 B10 B11 B12 | <p>Para o traballo individual de análise de fontes documentais os criterios de valoración serán:</p> <ul style="list-style-type: none">-Claridade e concisión-Coñecemento e manexo dos conceptos-Achega propia sustentada no correspondente marco teórico <p>Todos os traballos valoraranse nunha escala de 0 a 10 aplicándose posteriormente a ponderación oportuna.</p> <p>A cualificación desta parte responderá a unha ponderación do 30% sobre a nota final de avaliación da materia.</p> | 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 | <p>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.</p> <p>Levarase a cabo unha avaliación continua e individualizada do traballo de cada alumno/a na actividade de aprendizaxe e servizo na modalidade presencial.</p> <p>Os criterios de valoración da avaliación continua serán:</p> <ul style="list-style-type: none">-Actitude-Proactividade-Resolución de problemas-Implicación <p>A ponderación da avaliación continua sobre a nota final será dun 20%.</p> <p>Os criterios de valoración do documento escrito serán:</p> <ul style="list-style-type: none">-Adecuada estruturación do traballo-Claridade e concisión no desenvolvemento-Coñecemento e manexo dos conceptos-Orixinalidade das ideas propostas-Viabilidade do plan-Estética do documento <p>A ponderación do documento escrito sobre a nota final será dun 20%.</p> <p>Os criterios de valoración das presentacións orais faranse de xeito individualizado e serán:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Organización e capacidade de sínteseb) Interese do contidoc) Precisión e claridade de exposiciónd) Adaptación ao tempo (10 minutos)e) Estética do documento de presentación <p>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%.</p> <p>Tanto a avaliación continua, como o documento escrito e a presentación oral valoraranse nunha escala de 0 a 10 aplicándose posteriormente a ponderación oportuna.</p> <p>A cualificación desta parte responderá a unha ponderación do 60% sobre a nota final de avaliación da materia</p> | 30 |
| Sesión maxistral | 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 |



| | | | |
|---------------------|--|---|----|
| Traballos 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 | <p>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.</p> <p>Levarase a cabo unha avaliación continua e individualizada do traballo de cada alumno/a no traballo tutelado na modalidade presencial.</p> <p>Os criterios de valoración da avaliación continua serán:</p> <ul style="list-style-type: none">-Actitude-Proactividade-Resolución de problemas-Implicación <p>A ponderación da avaliación continua sobre a nota final será dun 20%.</p> <p>Os criterios de valoración do traballo escrito serán:</p> <ul style="list-style-type: none">-Adecuada estruturación do traballo-Claridade e concisión no desenvolvemento-Coñecemento e manexo dos conceptos-Orixinalidade das ideas propostas-Viabilidade do plan-Estética do documento <p>A ponderación do traballo escrito sobre a nota final será dun 20%.</p> <p>Os criterios de valoración das presentacións orais faranse de xeito individualizado e serán:</p> <ul style="list-style-type: none">a) Organización e capacidade de sínteseb) Interese do contidoc) Precisión e claridade de exposiciónd) Adaptación ao tempo (10 minutos)e) Estética do documento de presentación <p>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%.</p> <p>Tanto a avaliación continua, como o traballo escrito e a presentación oral valoraranse nunha escala de 0 a 10 aplicándose posteriormente a ponderación oportuna.</p> <p>A cualificación desta parte responderá a unha ponderación do 60% sobre a nota final de avaliación da materia.</p> | 30 |
|---------------------|--|---|----|

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 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.

Fontes de información

Bibliografía 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

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.

Bibliografía complementaria

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións

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.

(*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