

Plan 550 PROGRAMA DE ESTUDIOS CONJUNTO DE GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS Y DE GRADO EN TURISMO
Asignatura 42808 PLAN DE MARKETING DE DESTINOS TURÍSTICOS

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria

Créditos ECTS

6 ECTS

Competencias que contribuye a desarrollar

Competencias generales

- CGI 1 Capacidad de análisis y síntesis
 - CGI 3 Capacidad de organización y planificación

 - CGP 2 Habilidades en las relaciones interpersonales
 - CGP 3 Razonamiento crítico
 - CGP 5 Trabajo en equipo

 - CGS 1. Adaptación a nuevas situaciones
 - CGS 2. Aprendizaje autónomo
 - CGS 5. Iniciativa y espíritu emprendedor
 - CGS 7. Motivación por la calidad
 - CGS 8. Sensibilidad hacia temas medioambientales
- Competencias Específicas (CE).
- CE 16. Conocer los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la planificación
 - CE 19. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales
 - CE 22. Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación
 - CE 25. Identificar y gestionar espacios y destinos turísticos
 - CE 26. Manejar técnicas de comunicación
 - CE 31. Trabajar en medios socioculturales diferentes

Objetivos/Resultados de aprendizaje

Subcompetencias Disciplinarias (saber).

- Comprender la relevancia del plan de marketing dentro del proceso de planificación global de los destinos turísticos
- Identificar los objetivos y principios básicos de la planificación y gestión de los destinos turísticos
- Conocer las estrategias de marketing: estrategias de segmentación, posicionamiento y estrategias funcionales
- Comprender el contenido y la estructura de los planes de marketing de distintas tipologías de destinos turísticos

Subcompetencias Profesionales (saber hacer).

- Ser capaz de analizar la situación interna y externa del destino
- Realizar un diagnóstico razonado de la situación aplicando las herramientas más habituales (DAFO, Matriz de posición competitiva...)
- Establecer los objetivos de marketing del destino
- Diseñar estrategias de marketing para los destinos turísticos
- Elaborar planes de acción y establecer matrices de priorización para la consecución de los objetivos del destino
- Seleccionar y jerarquizar las actividades de comunicación, promoción y desarrollo de un destino turístico
- Elaborar presupuestos para los planes de acción y diseñar mecanismos de seguimiento y control.

Contenidos

Bloque 1. El marketing y la planificación

Tema 1. El marketing en la planificación de los destinos turísticos

Tema 2. El plan de marketing turístico dentro del proceso de planificación global del destino

Bloque 2. Fases de elaboración de un plan de marketing

Tema 3. Análisis de la situación del destino

Tema 4. Diagnóstico de la situación del destino

Tema 5. Fijación de objetivos de marketing para el destino turístico

Tema 6. Elección de las estrategias de marketing turístico

Tema 7. Planes de acción para el destino turístico

Tema 8. Seguimiento y control del plan de marketing

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

1º. Clases teóricas: exposición oral por parte del profesor de los contenidos teóricos fundamentales en cada tema.

2º. Clases prácticas: resolución por parte de los alumnos de ejercicios y casos prácticos propuestos por el profesor.

3º. Lecturas y otros trabajos individuales: trabajos obligatorios y de corta extensión en los que se comenta críticamente un conjunto de lecturas seleccionadas por el profesor.

4º. Trabajo en grupo: trabajo a realizar por parte de los alumnos sobre un tema relacionado con la comunicación y distribución comercial.

5º. Controles y exámenes: pruebas de conocimiento para evaluar el grado de aprendizaje de la materia en distintos momentos del semestre

Criterios y sistemas de evaluación

La evaluación se establecerá sobre los siguientes criterios:

-Examen escrito (40%). El examen escrito se calificará con una puntuación de 1 a 10

-Realización de trabajos en grupo e individuales (40%): Realización de un plan de Marketing de un destino turístico. El trabajo se realizará en grupos de 4 alumnos como máximo. Se califica del 1 a 10.

El alumno no será evaluado si no realiza las tres partes. En cada bloque se deberá obtener un mínimo del 40% (4 sobre 10), para poder ser ponderado con los demás.

- La asistencia a clase es obligatoria al menos en un 80%. Si la asistencia es menor, se penalizará este incumplimiento en forma de reducciones en la nota final a establecer por el profesor. Los trabajos presenciales en el aula tendrán una valoración del 20%. Se puntuará de 1 a 10.

El alumno deberá de obtener al menos un 4 en cada una de las partes para que se le pueda hacer media. Si el alumno no fuese capaz de cumplir con estos requisitos, suspenderá la asignatura.

En caso de no superación de la asignatura, el alumno podrá presentarse a una convocatoria extraordinaria en el mes que corresponda, en la que, para aprobar, deberá presentarse al examen y, en el caso de haber suspendido también la parte práctica grupal, repetir de nuevo las tareas que no hubiese superado en la misma. Las calificaciones no se guardarán de un curso para el siguiente.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Los contenidos de la asignatura se articularán empleando dos tipos fundamentales de sesiones: sesiones de Enseñanzas Básicas (EB) y sesiones de Enseñanzas Prácticas (EP).

Por una parte, las sesiones de EB consistirán en clases magistrales en las que se introducirán los conceptos fundamentales dentro del ámbito de la asignatura.

Además del empleo de la fórmula de clase magistral se permitirá la discusión y debate, en su caso, de tal forma que se trabaje el enfoque crítico y la reflexión de los alumnos con respecto a los objetivos de la asignatura.

En las sesiones de EB se ofrecerá como recurso documentación sobre la materia tratada en cada una, así como diversas lecturas obligatorias.

En las sesiones EP los alumnos realizarán trabajos, sobre lo que han aprendido en la sesión EB presentándolos a través de exposiciones orales en el horario de clase.

Existen unos horarios de tutorías donde la profesora atenderá a los alumnos para cualquier duda o aclaración de las materias que se imparten en la asignatura

Calendario y horario

SEGUNDO CUATRIMESTRE

Lunes 11,00 A 13,00 horas

Martes: 11:00 A 13,00 horas

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

ACTIVIDADES PRESENCIALES

HORAS

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

HORAS

Clases teóricas

32

Estudio y trabajo autónomo individual

20

Clases prácticas y tutorías programadas

18

Estudio y trabajo autónomo grupal

40

Laboratorios

Preparación de exámenes, controles , etc.

40

Prácticas externas, clínicas o de campo

10

Seminarios

Otras actividades(visitas)

10

Total presencial

60

Total no presencial

100

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Pablo Zarzuela Acebes

Mail: zarzuela@eco.uva.es

Idioma en que se imparte

Español
