



DATOS IDENTIFICATIVOS

Diseño, Comercialización e Promoción de Produtos Turísticos

Materia	Deseño, Comercialización e Promoción de Produtos Turísticos			
Código	O04M097V01102			
Titulación	Máster Universitario en Dirección e Planificación do Turismo Interior e de Saúde			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	1	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento				
Coordinador/a	Rodríguez Campo, María Lorena			
Profesorado	Alén González, María Elisa Cerviño Fernández, Julio Mazaira Castro, Andrés Molinos Casal, Juan José Rodríguez Campo, María Lorena Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Correo-e	lorenarcampo@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral				

Competencias de titulación

Código

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Tipoloxía	Resultados de Formación e Aprendizaxe

Contidos

Tema

(*)1.-Introducción al marketing y Plan de marketing.
 2.- Segmentación y Posicionamiento.
 3.- Marketing-mix.
 4.- El Producto turístico.
 5.- El entorno actual y las Nuevas Tendencias en la creación de productos.
 6.- Gestión de la Oferta. Creación de Paquetes Turísticos.
 7.- Proceso de Comunicación, Fijación de Objetivos y Presupuesto promocional.
 8.- Herramientas del Plan de Comunicación Integral.
 9.- Calendario/timing promocional.
 10.- Marca de Productos e Imagen de Destinos Turísticos.

(*)Conocer el marketing como concepto que engloba distintos aspectos tales como: investigación de mercados, venta, promoción, segmentación, posicionamiento, mercados objetivo, marketing-mix.

Conocer las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos, diseñar productos y paquetes turísticos. Impulsar el desarrollo de ofertas turísticas específicas y la puesta en marcha de los canales de venta precisos para su correcta distribución. Presupuestarlos.

Proporcionar, desde el conocimiento teórico y la experiencia práctica, el dominio de las herramientas de promoción de productos turísticos (tanto tradicionales como las surgidas con la aplicación de las TIC's) de las que puede hacer uso una empresa privada o una institución pública.

Saber seleccionar los instrumentos de comunicación de los que podemos beneficiarnos en el timing promocional, teniendo en cuenta el presupuesto promocional y las técnicas de evaluación (pre y post) campañas.

Creación de la imagen de marca del paquete/producto turístico.
 Posicionamiento acorde con la imagen del destino turístico.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Obradoiros	15	0	15
Titoría en grupo	4	0	4
Traballos tutelados	0	80	80
Proxectos	0	30	30
Sesión maxistral	20	0	20
Traballos e proxectos	0	1	1

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Obradoiros	(*)Asistencia a FITUR
Titoría en grupo	(*)Planteamiento de dudas sobre el trabajo final o sobre el contenido de las lecciones magistrales.
Traballos tutelados	(*)Realización y exposición de un trabajo final en grupo dirigido cuya evolución será seguida y evaluada en las tutorías grupales
Proxectos	(*)Los alumnos deberán, planificar adecuadamente el trabajo-proyecto de la materia, seleccionar la tipología turística sobre la que crearán una ruta, la comercializarán y promocionarán, rganizando el marco teórico, la realización de las actividades marcadas, preparación de exposiciones,y entrega del trabajo final de grupo.
Sesión maxistral	(*)Serán impartidas por los profesores Lorenzo Rodríguez Comesaña, Juan José Molinos, Lorena Rodríguez Campo y Julio Cerviño

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	
Obradoiros	
Titoría en grupo	
Traballos tutelados	
Proxectos	

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Traballos e proxectos	(*)100% de la nota, trabajo en grupo (se evaluará individualmente la asistencia y seguimiento en tutorías; la profundidad y originalidad del tema analizado; la bibliografía revisada; la defensa y presentación del trabajo y la respuesta a las preguntas planteadas por la profesora y el resto de alumnos/compañeros el día del examen).	100

Outros comentarios sobre a Avaliación

Bibliografía. Fontes de información

