



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 Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Araújo Vila, Noelia			
Profesorado	Araújo Vila, Noelia Babarro Alen, Lois Cerviño Fernández, Julio Formoso Mourelos, José Antonio Rodríguez Comesaña, Lorenzo Seara Sobrino, Alexandra			
Correo-e	naraujo@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Partirase de conceptos de marketing turístico para centrarse no deseño, creación e desenvolvemento de produtos turísticos (bloque I) e posteriormente, utilizar as ferramentas do mix promocional para a súa comercialización (bloque II)			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos que acheguen unha base ou oportunidade de ser orixinais no desenvolvemento e/ou aplicación de ideas, adoito nun contexto de investigación.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os coñecementos adquiridos e a súa capacidade de resolución de problemas en contornos novos ou pouco coñecidos dentro de contextos máis amplos (ou multidisciplinares) relacionados coa súa área de estudo.
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar 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.
A4	Que os estudantes saiban comunicar as súas conclusións, e os coñecementos e razóns últimas que as sustentan, a públicos especializados e non especializados dun xeito claro e sen ambigüidades.
A5	Que os estudantes posúan as habilidades de aprendizaxe que lles permitan continuar estudando dun xeito que terá que ser, en grande medida, autodirixido e autónomo.
B1	Analizar e relacionar a dimensión e o carácter dinámico do Turismo e o seu incidencia na Xestión e Dirección.
B2	Predecir os potenciais turísticos dun territorio.
B3	Utilizar métodos de xestión empresarial que conduzan á innovación e desenvolvemento do negocio.
B4	Definir prioridades na consecución de obxectivos.
B5	Hipotetizar as novas situacións.
B6	Aconsellar estratexias e resolver problemas.
B7	Planear nun contexto de responsabilidade social.
B9	Aplicar as técnicas de promoción e de marketing de servizos.
B10	Negociar: chegar a acordos.

B11	Organizar e liderar equipos.
B12	Definir as competencias e habilidades a nivel individual, grupal e organizativo.
B13	Promover o coñecemento e desenvolver instrumentos e procedementos que sexan sensibles ao recoñecemento das diferenzas entre mulleres e homes, procedencia e funcionalidad, á vez que potencien o enriquecemento humano dos equipos e das persoas sen diferenciar en canto a xénero, oportunidades e accesibilidade para todos, incluíndo os valores democráticos da sociedade europea actual, o fomento da cultura da paz e a protección medioambiental.
C2	Analizar críticamente a información económico-patrimonial das organizacións turísticas.
C3	Aplicar sistemas de calidade e xestión medioambiental, económica e social.
C4	Explicar o marco legal que regula as actividades turísticas.
C5	Diferenciar a importancia das redes nas que a organización atópase inmersa e usalas para situarse fronte a outras organizacións.
C6	Describir as áreas de xestión da administración pública turística.
C7	Listar as competencias e funcións das diferentes áreas de xestión.
C8	Definir as novas tendencias na creación de produtos turísticos.
C10	Citar as técnicas de dirección empresarial.
C12	Dirixir, organizar e gestionar medioambientalmente os distintos tipos de entidades turísticas, así como dos seus diferentes departamentos (financeiro, comercial, persoal, ...).
C14	Decidir sobre a aplicación das novas tecnoloxías.
C16	Deseñar produtos e priorizar proxectos turísticos.
C18	Valorar sistemas de control da evolución da actividade turística.
C20	Relacionar axentes implicados no desenvolvemento do produto turístico.
C21	Construír a imaxe da organización.

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Ser capaz de revisar fontes bibliográficas secundarias para crear un paquete turístico, comercializalo e promocionalo.	A1 A2 A3 A5 C14 C16 C20 C21
Capacidade para entender e desenvolver o marketing mix da empresa, a partir dos obxectivos xerais da mesma e dos específicos do departamento de marketing.	A1 A2 A3 A5 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B9 C2 C3 C5 C6 C7 C8 C10 C12 C16 C18 C20 C21

Capacidade para a aplicación e posta en funcionamento de estratexias comerciais dentro dun plan comercial relacionadas coas políticas de produto, prezo, distribución e promoción, que se corresponda coas competencias adquiridas.

A1
A2
A3
A4
A5
B1
B2
B3
B4
B5
B6
B7
B9
B13
C2
C3
C4
C5
C6
C7
C8
C10
C12
C14
C16
C18
C20
C21

Coñece a estrutura da Formación Profesional no Sistema Educativo e a súa homologación co resto dos subsistemas de FP.

Ser capaz de deseñar, crear e desenvolver produtos turísticos en función das necesidades do mercado.

A1
A2
A3
A4
A5
B1
B2
B3
B6
B7
B9
B10
B12
C3
C4
C8
C14
C16
C20
C21

Capacidade para definir un plan de comunicación integral que contribúa a por en valor os paquetes creados, axudando á organización turística a posicionarse e diferenciarse dos seus competidores.

A1
A2
A3
A4
A5
B1
B2
B3
B4
B5
B6
B7
B9
B10
B11
B12
B13
C3
C4
C5
C14
C20
C21

Contidos

Tema	
1.- Marketing estratéxico e táctico.	1.1.- Introducción ao marketing e plan de marketing. 1.2.- Segmentación e posicionamiento.
2.- Deseño e comercialización de produtos turísticos.	1.3.- Marketing-mix. 2.1.- O produto turístico.
3.- Promoción de produtos turísticos.	2.2.- O entorno actual e as novas tendencias na creación de produtos. 2.3.- Xestión da oferta. Creación de Paquetes Turísticos. 3.1.- Proceso de comunicación, fixación de obxectivos e orzamento promocional. 3.2.- Ferramentas do plan de comunicación integral. 3.3.- Calendario/timing promocional. 3.4.- Marca de produtos e imaxe de destinos turísticos.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Resolución de problemas	0	101	101
Traballo tutelado	5	0	5
Estudo de casos	4	0	4
Seminario	25	13	38
Exame de preguntas obxectivas	1	1	2

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Resolución de problemas	Realización de dous casos
Traballo tutelado	Traballar sobre os casos da avaliación continua
Estudo de casos	Analizaremos en profundidade dúas tipoloxías turísticas
Seminario	Asistencia a Ferias e seminarios presenciais

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas	O alumnado poderá solicitar a atención de forma persoal para solucionar dúbidas da materia. Tamén vía online a través de correo electrónico ou videochamada, ou vía chamada telefónica.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Resolución de problemas	Plantearanse dous casos. Cada un deles terá un peso na nota da materia do 40%.	80	A1 A2 A3 A4 A5	B6 B9 B11	C8 C10 C16 C20 C21
Exame de preguntas obxectivas	Na data do examen	20	A1	B6 B9	C8 C10 C16 C20 C21

Outros comentarios sobre a Avaliación

Para aprobar a materia requírese un mínimo de 4 sobre 10 en cada unha das partes (exame e casos) e unha nota media igual ou superior a 5.

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Comisión Académica do Master para o curso 23/24. No caso de conflito entre as datas los exámenes, prevalecerán as datas sinaladas na páxina web oficial do mestrado: www.masterturismoourense.es.

No caso de que o alumno non queira ser avaliado por avaliación continua, poderá renunciar a este método de avaliación e solicitar a avaliación única o día oficial do exame (publicada no calendario do master). Neste caso terá que realizar un exame teórico-práctico da materia. Para elo deberá solicitar esta modalidade de avaliación vía mail á coordinadora da materia (naraujo@uvigo.es) entre o 11 de setembro e o 11 de outubro de 2023.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

JESÚS GARRIDO, **Diseño de produtos turísticos**, Ediciones Paraninfo, S.A., 2018

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Outros comentarios

☐As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario das probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso actual☐