



DATOS IDENTIFICATIVOS

Promoción turística

Materia	Promoción turística			
Código	O04G240V01405			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	2	2c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Rodríguez Campo, María Lorena			
Profesorado	Rodríguez Campo, María Lorena			
Correo-e	lorenarcampo@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	El proceso de comunicación/ promoción. La publicidad. Las promociones de ventas. Las relaciones públicas. El Marketing directo e interactivo. La fuerza de ventas y la imagen de la empresa			

Competencias de titulación

Código	
A5	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos da xestión de empresas turísticas: problemas económicos internos e interrelacións entre os distintos subsistemas
A6	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos do marketing turístico así como obxectivos, estratexias e políticas comerciais
A14	Avaliar alternativas de planificación, dirección e control de empresas turísticas, así como saber tomar decisións estratéxicas.
A23	Capacidade de comunicación oral e escrita.
A25	Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual
A27	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo.
A28	Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado.
A29	Capacidade para tornar un problema empírico en obxecto de investigación e elaborar conclusións.
B1	Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos.
B2	Compromiso ético
B3	Creatividade
B4	Iniciativa empresarial
B5	Motivación por a calidade.

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos do marketing turístico así como obxectivos, estratexias e políticas comerciais	A6
Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos da xestión de empresas turísticas: problemas económicos internos e interrelacións entre os distintos subsistemas	A5
Avaliar alternativas de planificación, dirección e control de empresas turísticas, así como saber tomar decisións estratéxicas	A14
Capacidade de comunicación oral e escrita.	A23
Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual	A25
Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo.	A27
Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado.	A28
Capacidade para tornar un problema empírico en obxecto de investigación e elaborar conclusións.	A29
Compromiso ético	B1
Creatividade	B2

Creatividade	B3
Iniciativa empresarial	B4
Motivación por a calidade.	B5

Contidos

Tema	
(*)Tema 1: El proceso de comunicación/promoción	(*)
(*)Tema 2: La publicidad en turismo	(*)
(*)Tema 3: Las promociones de ventas en turismo	(*)
(*)Tema 4: Las relaciones públicas en turismo	(*)
(*)Tema 5: El marketing directo e interactivo en turismo	(*)
(*)Tema 6: La fuerza de ventas en turismo	(*)
(*)Tema 7: La imagen de las empresas turísticas	(*)

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos/análises de situacións	22	44	66
Titoría en grupo	2	8	10
Sesión maxistral	20	50	70
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	2	2	4

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	Se analizarán y trabajarán 4 casos prácticos de situacións
Titoría en grupo	Se realizarán tutorías en grupo para guiar en la resolución de los casos y las lecturas
Sesión maxistral	Se explicarán los contenidos de los 7 temas que conforman la asignatura

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos/análises de situacións	Analizaremos 4 casos teniendo en cuenta las 5 herramientas promocionales. Encauzaremos los casos y las lecturas en materia turística
Titoría en grupo	Analizaremos 4 casos teniendo en cuenta las 5 herramientas promocionales. Encauzaremos los casos y las lecturas en materia turística

Avaliación

	Descrición	Cualificación
Estudo de casos/análises de situacións	4 casos, con una puntuación de 1,25 cada uno de ellos	50
Titoría en grupo	asistencia obligatoria a las tutorías en grupo para comentar el trabajo realizado en los casos y en las lecturas	10
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	el examen será teórico con varias preguntas de tamaño medio o largo	40

Outros comentarios sobre a Avaliación

Las notas alcanzadas en la Evaluación Continua se guardarán para la convocatoria de Julio

Bibliografía. Fontes de información

Bigné, E.; Font Arlet, X; Andreu Simó, L., **Marketing de servicios turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo.**, 2000,
Ejarque, J., **Destinos turísticos de éxito. Diseño, creación, gestión y marketing.**, 2005,
Serra Cantallops, A., **Marketing turístico.**, 2002,

Recomendacións

