



PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
"Publicidad y Promoción Comercial del Turismo"

Grado en Turismo

Departamento de Administración Empresas y C.I.M. (Mark.)

Facultad de Turismo y Finanzas

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Titulación:	Grado en Turismo
Año del plan de estudio:	2009
Centro:	Facultad de Turismo y Finanzas
Asignatura:	Publicidad y Promoción Comercial del Turismo
Código:	1790046
Tipo:	Optativa
Curso:	4º
Período de impartición:	Cuatrimestral
Ciclo:	0
Área:	Comercialización e Investigación de Mercados (Área responsable)
Horas :	150
Créditos totales :	6.0
Departamento:	Administración Empresas y C.I.M. (Mark.) (Departamento responsable)
Dirección física:	AVDA. RAMÓN Y CAJAL, 1, 41018, SEVILLA
Dirección electrónica:	http://admark.us.es

OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

Objetivos docentes específicos

El uso de la publicidad en el ámbito del turismo ha ganado en complejidad debido a un exceso de información emitida al entorno y la escasa atención del público. En esta situación es prioritario que las empresas destinen parte de sus recursos a profundizar y perfeccionar los modos de planificar su comunicación comercial, en concreto la promoción y la publicidad, y evaluar sus esfuerzos comunicativos. La asignatura de Publicidad y Promoción Comercial del Turismo proporciona las herramientas para evaluar el uso de la promoción y la publicidad en el ámbito turístico.

Competencias:

Competencias transversales/genéricas

- MANEJAR CRITERIOS, INSTRUMENTOS Y TENER HABILIDADES EN EL PROCESO DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA COMERCIAL.
- CONOCER LOS ELEMENTOS Y FLUJOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN

Curso de entrada en vigor: 2012/2013

1 de 2

Vigencia del programa: Cursos académicos del 2012-13 al 2014-15

Código Seguro De Verificación	H9aPm02dwRQmVCIwlkNpKg==	Fecha	21/05/2020
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	1/2
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/H9aPm02dwRQmVCIwlkNpKg==		



- CONOCER LAS PRINCIPALES TÉCNICAS DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y PUBLICIDAD APLICABLES A LAS ORGANIZACIONES TURÍSTICAS.
- RECONOCER LOS PERFILES PSICOGRÁFICOS DE LOS INDIVIDUOS EN SU COMPORTAMIENTO COMO CONSUMIDORES
- ACCEDER A LAS DISTINTAS FUENTES DE INFORMACIÓN Y UTILIZAR MODELOS TEÓRICOS

Competencias específicas

- 1.1.- Conocer los principios básicos y herramientas de la publicidad y la promoción.
- 1.2.- Conocer el concepto de comunicaciones integradas en marketing.
- 1.3.- Conocer las herramientas de promoción al consumidor y a los distribuidores turísticos.
- 1.4.- Conocer los modelos básicos de planificación publicitaria y los principios básicos de la presupuestación publicitaria.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

1. Introducción
2. La promoción en el sector turístico
3. La publicidad en el sector turístico

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Relación de actividades formativas del cuatrimestre

Clases teóricas

Horas presenciales: 60.0

Horas no presenciales: 90.0

Metodología de enseñanza-aprendizaje:

Clase magistral.
Planteamiento y resolución de supuestos prácticos

Competencias que desarrolla:

- Capacidad de análisis y síntesis
- Capacidad de organizar y planificar

SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

El examen versará sobre los contenidos de la materia y los objetivos específicos de la misma

El examen consta de dos partes, teoría y práctica. La ponderación de cada parte podrá oscilar entre el 40% y el 60% de la calificación global de la asignatura

Código Seguro De Verificación	H9aPm02dwRQmVCIw1kNpKg==	Fecha	21/05/2020
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/H9aPm02dwRQmVCIw1kNpKg==	Página	2/2

