

Datos básicos de la asignatura

Titulación:	Grado en Turismo
Año plan de estudio:	2009
Curso implantación:	2009-10
Centro responsable:	Facultad de Turismo y Finanzas
Nombre asignatura:	Publicidad y Promoción Comercial del Turismo
Código asignatura:	1790046
Tipología:	OPTATIVA
Curso:	4
Periodo impartición:	Cuatrimestral
Créditos ECTS:	6
Horas totales:	150
Área/s:	Comercialización e Investigación de Mercados
Departamento/s:	Administración de Empresas y Marketing

Objetivos y competencias

OBJETIVOS:

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 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.

Código Seguro De Verificación	6sYYhEPQ0EzcyLvr6U7ldw==	Fecha	04/05/2023
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	1/3
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/6sYYhEPQ0EzcyLvr6U7ldw%3D%3D		



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.

Competencias 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
- 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

Contenidos o bloques temáticos

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

Actividades formativas y horas lectivas


Actividad	Horas	Créditos
B Clases Teórico/ Prácticas	60	6

Metodología de enseñanza-aprendizaje

Clases teóricas

Clase magistral

Código Seguro De Verificación	6sYYhEPQ0EzcyLvr6U7ldw==	Fecha	04/05/2023
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ	Página	2/3
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/6sYYhEPQ0EzcyLvr6U7ldw%3D%3D		



Análisis de casos reales de publicidad y promoción en turismo

Planteamiento y resolución de supuestos prácticos

Planteamiento y resolución de supuestos prácticos

Sistemas y criterios de evaluación y calificación

El sistema de evaluación de la asignatura en la convocatoria de junio implica la realización por parte del estudiante de un examen o prueba individual sobre la materia incluida en el programa de la asignatura. Asimismo, también podrá ser valorada la realización de actividades individuales o grupales o la asistencia y participación durante las clases. Las diferentes pruebas que compondrán la evaluación del alumno, así como los límites mínimos marcados en cada una de ellas, quedarán concretadas en el proyecto docente de la asignatura.

Para las convocatorias de septiembre y diciembre, el sistema de evaluación consistirá en la realización de un examen o prueba única individual sobre la materia incluida en el programa de la asignatura.

Código Seguro De Verificación	6sYYhEPQ0EzcyLvr6U7ldw==	Fecha	04/05/2023
Firmado Por	JOSE ANGEL PEREZ LOPEZ		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/6sYYhEPQ0EzcyLvr6U7ldw%3D%3D	Página	3/3

