

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 resultados del aprendizaje

OBJETIVOS:

El objetivo genérico del programa de la asignatura Publicidad y Promoción Comercial del Turismo consiste en ofrecer al alumno los conocimientos necesarios para comprender el papel de las diferentes herramientas de comunicación comercial utilizadas por las organizaciones turísticas, en particular, la publicidad y las promociones de ventas.

Este objetivo genérico se desglosa en los siguientes objetivos específicos:

- Conocer las técnicas de comunicación comercial que utilizan las organizaciones turísticas para promocionar sus productos o servicios.
- Analizar las características de los diferentes medios de comunicación publicitaria.
- Saber concretar los objetivos que se pueden definir en una campaña publicitaria.
- Analizar desde una perspectiva cuantitativa y cualitativa las campañas publicitarias que se pueden realizar en el sector turístico.
- Conocer el proceso de planificación de medios y soportes y cómo evaluar los resultados

Código Seguro De Verificación	5TZ0mU3V5+8vM+P80KIptA==	Fecha	15/01/2026
Firmado Por	PILAR CUBILES SANCHEZ-POBRE		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/5TZ0mU3V5%2B8vM%2BP80KIptA%3D%3D	Página	1/3



obtenidos de las campañas publicitarias.

- Conocer los diferentes tipos de promociones de ventas que realizan las organizaciones turísticas.

COMPETENCIAS:

- Poseer y comprender conocimientos básicos generales y los conocimientos del área de Turismo que se reflejan en libros de texto avanzados.
- Poseer y comprender conocimientos del área de Turismo que en algunos aspectos son procedentes de la vanguardia de su campo de estudio (módulo de optatividad).
- Ser capaz de trabajar en equipo.
- Conocer los elementos y flujos del proceso de comunicación comercial y sus principales estrategias y técnicas aplicables a las organizaciones turísticas.
- Reconocer los perfiles psicográficos de los individuos en su comportamiento como consumidores/usuarios de ocio y turismo.

Contenidos o bloques temáticos

La asignatura está dividida en dos grandes bloques temáticos:

- A. La publicidad en el sector turístico.
- B. Las promociones de ventas en el sector turístico.

Actividades formativas y horas lectivas

Actividad	Horas
B Clases Teórico/ Prácticas	60

Metodología de enseñanza-aprendizaje

Los contenidos que forman el programa de la asignatura son impartidos con clases teóricas y prácticas. La lección magistral será la principal herramienta docente, junto con el uso de presentaciones mediante videoproector, noticias, casos o vídeos ilustrativos de la materia impartida. La resolución de casos prácticos de naturaleza cualitativa y cuantitativa también se llevará a cabo con el fin de comprender los diferentes usos de las herramientas de comunicación por parte de las empresas turísticas. Todos los contenidos impartidos están basados principalmente en la bibliografía de la asignatura. La plataforma de Enseñanza Virtual también será utilizada como herramienta complementaria para el desarrollo teórico y práctico de los distintos temas del programa.

Sistemas y criterios de evaluación y calificación

Se contemplan dos sistemas de evaluación.

1. Evaluación Continua:

Permite superar la asignatura sin realizar el examen final. Tendrá en cuenta el trabajo del alumnado en clase, así como sus resultados en varias pruebas individuales o grupales de naturaleza teórica o práctica. Se podrá tener en cuenta la participación del alumnado en actividades complementarias propuestas por el profesorado.

2. Examen final:

Esta alternativa va dirigida a aquellos alumnops que no hayan superado la asignatura por el sistema de evaluación continua. Consiste en la realización de una prueba sobre los contenidos teóricos y prácticos incluidos en el temario.

Código Seguro De Verificación	5TZ0mU3V5+8vM+P80KIptA==	Fecha	15/01/2026
Firmado Por	PILAR CUBILES SANCHEZ-POBRE		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/5TZ0mU3V5%2B8vM%2BP80KIptA%3D%3D	Página	3/3

