

Datos básicos de la asignatura

Titulación:	Grado en Turismo (2024)
Año plan de estudio:	2024
Curso implantación:	2024-25
Centro responsable:	Facultad de Turismo y Finanzas
Nombre asignatura:	Comercialización de Destinos y Marketing Digital
Código asignatura:	2600038
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

1. Comprender elementos conceptuales básicos en torno a los cuales debe pivotar el marketing de destinos como proceso organizativo transversal generador de valor y favorecedor de una distribución equitativa de riqueza en las relaciones entre agentes turísticos, población residente y el territorio donde se desarrolla la actividad turística.
2. Presentar las características objetivas y subjetivas esenciales que definen al destino turístico como ente básico sobre el que pivotan las políticas públicas de promoción y comercialización turísticas.
3. Profundizar en la figura del consumidor turístico, así como de su comportamiento y toma de decisiones en ecosistemas turísticos digitales.
4. Reflexionar sobre los límites del crecimiento turístico y la necesaria reorientación de objetivos y estrategias de marketing de destinos, particularmente en lo relativo a su promoción y comercialización.
5. Potenciar el compromiso con objetivos y modelos comerciales sostenibles y responsables que aseguren no solo el porvenir de la actividad turística en destino, sino su propia contribución a la salvaguarda de unas condiciones mínimas de habitabilidad del entorno para las próximas generaciones, en un futuro no ya remoto sino inmediato.
6. Favorecer la aplicación de herramientas de marketing digital y de redes en entornos de amplia conectividad digital y tecnológica.

Código Seguro De Verificación	QbrT3PF2zHGDxfvBWNuyBQ==	Fecha	19/01/2026
Firmado Por	PILAR CUBILES SANCHEZ-POBRE		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/QbrT3PF2zHGDxfvBWNuyBQ%3D%3D	Página	1/3



Contenidos o bloques temáticos

BLOQUE I. DESTINOS TURÍSTICOS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN ESCENARIOS DE CRECIMIENTO

Tema 1. Destinos, residentes y agentes turísticos influyentes en su desarrollo

Tema 2. El consumidor turístico en un mundo digital

Tema 3. Marketing de destinos ante los límites del crecimiento turístico

BLOQUE II. MARKETING ESTRATÉGICO Y COMERCIALIZACIÓN DIGITAL DE DESTINOS TURÍSTICOS

Tema 4. Marketing estratégico de destinos en ecosistemas turísticos digitales

Tema 5. Promoción y comercialización digital de destinos turísticos

Actividades formativas y horas lectivas

Actividad	Horas
B Clases Teórico/ Prácticas	60

Metodología de enseñanza-aprendizaje

1. Clases Teóricas.

Los contenidos teóricos de la asignatura se desarrollarán de forma participativa con apoyo en bibliografía, presentaciones y noticias de actualidad del sector. Además del material usado en las explicaciones en clase, a la plataforma de enseñanza virtual se subirán diversos artículos científicos y de divulgación sobre la materia tratada, que habrán de ser estudiados y presentados en clase por el alumnado.

2. Clases prácticas.

La resolución de casos representa el eje central sobre el que se asentará la parte práctica de la asignatura. Estos casos permitirán mejorar la capacidad del alumnado para la identificación y resolución de problemas relacionados con la promoción y comercialización digital de destinos en el escenario actual de crecimiento turístico. En la plataforma de

enseñanza virtual habrá un boletín con los enunciados de aquellos casos que serán resueltos a lo largo del cuatrimestre.

Sistemas y criterios de evaluación y calificación

1. Evaluación Continua.

Permite superar la asignatura sin realizar el examen final. Tendrá en cuenta el trabajo del alumnado en clase, sus resultados en varias pruebas individuales sobre los contenidos teóricos y prácticos del temario, así como una exposición grupal. También se podrá considerar la participación del alumnado en actividades complementarias propuestas por el profesorado.

2. Examen final.

Esta alternativa va dirigida a aquella parte del alumnado que no haya 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	QbrT3PF2zHGDxfvBWNuyBQ==	Fecha	19/01/2026
Firmado Por	PILAR CUBILES SANCHEZ-POBRE		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/QbrT3PF2zHGDxfvBWNuyBQ%3D%3D	Página	3/3

