

**TITULACIÓN: GRADO TURISMO (PLAN 2024)****1. DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA**

---

Nombre: **PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN COMERCIAL DEL TURISMO**

Curso: CUARTO

Semestre: SEGUNDO

Tipo (Formación Básica/Obligatoria/Optativa): Optativa

Horas de clase semanales: 4

Créditos totales (ECTS): 6

Año del Plan de Estudio: 2024

**2. DESCRIPTORES**

---

Esta asignatura pretende dotar al alumno de los conocimientos indispensables de las distintas herramientas de comunicación que se pueden utilizar en la gestión comercial de organizaciones relacionadas con la actividad turística, profundizando en la subvariable publicidad y abordando cuestiones relativas a medios y soportes, planificación, presupuesto y control publicitario. Analiza, cuestiones relacionadas con el funcionamiento de las agencias de comunicación y conocer otras variables de comunicación como son la promoción de ventas, la esponsorización o las relaciones públicas.

**3. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS**

---

**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 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.

#### **4. CONTENIDOS O BLOQUES TEMÁTICOS**

---

1. La publicidad en el sector turístico
2. Las promociones de ventas en el sector turístico

#### **5. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES**

---

Actividades formativas presenciales:

1. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas. Peso de la actividad 50-100%.
2. Sesiones presenciales de debate u otras actividades participativas. Peso de la actividad 0-50%.
3. Intervención de invitados expertos en las materias tratadas en la asignatura. Peso de la actividad 0-10%.

Actividades formativas no presenciales:

4. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo. Peso de la actividad 0-100%.
5. Otras actividades no presenciales. Peso de la actividad 0-50%.

#### **6. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN**

---

Las calificaciones finales de valoración de adquisición de las competencias mínimas para superar este módulo serán de forma general o parcial:

1. Examen consistente en una prueba teórica y otra práctica. En conjunto supondrá un 0-100% de la calificación total. La posibilidad de su sustitución por una prueba oral solo se hará cuando sea imposible realizarla de forma escrita, manteniendo el mismo valor que ésta.
2. Trabajos teóricos y/o prácticos de autoría individual o colectiva, de carácter obligatorio o voluntario a criterio del docente. Podrán obtener entre 0 y 100% de la nota total
3. La asistencia y/o participación en clase y/o tutorías será considerada según el criterio del docente (0-20%)
4. Participación en actividades vía telemática: blogs, foros, plataformas virtuales, webs, social media, etc (0-20%).
5. El docente podrá emplear otros sistemas de evaluación en función de su criterio. En tal caso deberán constar en el proyecto docente, especificados y con su valor en la calificación final.