

## GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

M515 - Marketing Promocional

Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)

Curso Académico 2019-2020

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)			Tipología y Curso	Optativa. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	ASIGNATURAS ORIENTACIÓN PROFESIONAL				
Código y denominación	M515 - Marketing Promocional				
Créditos ECTS	2,5	Cuatrimestre	Cuatrimestral (2)		
Web					
Idioma de impartición	Español	English friendly	No	Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS				
Profesor responsable	CAROLINA GOMEZ PANIAGUA				
E-mail	carolina.gomezpaniagua@unican.es				
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E249)				
Otros profesores					

### 3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

-

### 4. OBJETIVOS

- Comprender las posibilidades que brinda la web 2.0 como canal de comunicación con los públicos
- Analizar el proceso de comunicación 2.0, con especial atención a las redes sociales y comunidades virtuales
- Gestionar el boca-oreja electrónico.

## 6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS	
1	Web 2.0: características y posibilidades
2	Redes sociales y comunidades virtuales
3	Técnicas de comunicación 2.0
4	Gestión de la reputación digital

## 7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Examen individual	Examen escrito	No	Sí	50,00
Trabajo en grupo	Trabajo	No	Sí	30,00
Participación individual	Otros	No	No	10,00
Valoración intra-grupal	Otros	No	No	10,00
TOTAL				100,00
Observaciones				
El estudiante superará la asignatura cuando la puntuación global, media ponderada de las anteriores evaluaciones, sea igual o superior a 5 (máxima de 10).				
En caso de no superarse la asignatura, el alumno deberá recuperar aquella o aquellas pruebas marcadas como recuperables que no se hayan superado en la evaluación.				
Observaciones para alumnos a tiempo parcial				
La evaluación consistirá en un único examen final escrito.				

## 8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA
Zorita Lloreda, E. (2000). Marketing profesional

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.