

GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

838 - Marketing Promocional Online en Turismo

Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)

Curso Académico 2023-2024

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)			Tipología v Curso	Optativa. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	ASIGNATURAS ORIENTACIÓN PROFESIONAL				
Código y denominación	838 - Marketing Promocional Online en Turismo				
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	NESTOR GONZALEZ FERNANDEZ				
E-mail	nestor.gonzalez@unican.es				
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. SECRETARIA (E226)				
Otros profesores					

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Los estudiantes aprenderán las principales técnicas y herramientas involucradas en el marketing promocional online en turismo.

4. OBJETIVOS

- Comprender las posibilidades que brinda la web como canal de comunicación turística.
- Entender el proceso de comunicación online en turismo, así como la reputación en el mundo digital.
- Saber gestionar proactivamente la comunicación boca-oreja electrónica en el sector turístico.

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE	
CONTENIDOS	
1	T1. Introducción al Marketing Promocional y la Comunicación Digital
2	T2. Características y Posibilidades de la Web en Turismo
3	T3. Herramientas de Comunicación Online en Turismo
4	T4. Gestión de la Reputación Digital en Turismo

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN				
Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Examen	Examen escrito	Sí	Sí	50,00
Trabajo en grupo	Trabajo	Sí	Sí	40,00
Participación individual	Otros	No	No	10,00
TOTAL				100,00
Observaciones				
<p>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.</p> <p>En la participación individual se valorará el desempeño del estudiante dentro del grupo de trabajo, así como su participación en las tareas encomendadas por el profesorado.</p>				
Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial				
<p>Los estudiantes matriculados a tiempo parcial se evaluarán con un examen escrito y un trabajo práctico individual. Dicho examen escrito se desarrollará de manera online, a través del Aula Virtual (Moodle).</p>				

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS
BÁSICA
<p>- Marketing 4.0: moving from traditional to digital / Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. Hoboken (New Jersey): John Wiley & Sons, cop. 2017.</p>

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.