



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLA DOCENT

Màster en Innovació en Gestió del Turisme

Codi- Assignatura	540003 – Comercialització i comunicació del turisme		
Curs	1	Crèdits	3 ECTS
Bloc Temàtic	Innovació	Tipus assignatura	Obligatòria
Hores presencials	21 hores	Hores de treball autònom	54 hores

BREU DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

A partir de l'estructuració d'una oferta competitiva, un dels aspectes clau de les destinacions turístiques del segle XXI és arribar als mercats potencials per atreure'ls i seduir-los, així com facilitar l'accés a la informació i la compra de la seva oferta.

Aquesta assignatura pretén mostrar la importància de la comercialització i la comunicació per a les destinacions urbanes que tenen el turisme cultural i/o el gastronòmic com una de les seves prioritats estratègiques. A més, s'introdueix als estudiants en les noves tècniques i eines de comercialització i comunicació (online i offline).

COMPETÈNCIES BÀSIQUES

CB8- Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o imitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.

CB9- Que els estudiants sàpiguin comunicar les seves conclusions i els coneixements i raons últimes que les sustenten a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.

COMPETÈNCIES GENÈRIQUES

CG0- Parlar bé en públic.

CG2- Treballar en equip.

CG5- Identificar, plantejar o solucionar un problema de manera rellevant i creativa, interpretant i avaluant amb esperit crític els resultats obtinguts.

COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

CE6- Analitzar i avaluar el potencial turístic dels recursos culturals, gastronòmics i del territori per al disseny de productes, serveis i projectes innovadors.

CE7- Planificar i desenvolupar estratègies i accions de venda i comunicació de projectes turístics.

CONTINGUTS TEMÀTICS

1. El pla de comunicació. Tècniques i instruments de comunicació.
2. La comercialització turística.
3. Generació d'ingressos en espais patrimonials.

METODOLOGIA D'APRENTATGE

La metodologia d'aprenentatge de l'assignatura està basada en exposicions de conceptes i idees, complementades amb exemples i casos pràctics d'aplicació, a més de discussions en grup i activitats.

SISTEMA D'AVALUACIÓ

El sistema d'avaluació mesura el procés d'aprenentatge de l'estudiant tenint en compte les diferents competències i continguts de cada assignatura.

Els estudiants poden escollir entre l'avaluació contínua o l'avaluació única:

Avaluació Contínua: el procés d'ensenyament - aprenentatge és avaluat a través d'un seguiment continu de les activitats realitzades pels estudiants durant el semestre i una avaluació individual final. Els estudiants han d'assistir a les classes per tal de ser avaluats mitjançant l'avaluació contínua.

Avaluació Única: aquells estudiants que no poden assistir regularment a classe poden escollir ser avaluats a través de l'avaluació única. El procés d'ensenyament - aprenentatge és avaluat mitjançant l'avaluació de totes les activitats i una prova individual final.

Per acollir-se en aquesta modalitat cal sol·licitar-ho a través de l'apartat d'avaluació del Campus Virtual dins dels primers 15 dies des de l'inici de l'assignatura.

Sistemes d'avaluació	Continuada	Única
Activitats individuals	40 %	---
Activitats grupals	60 %	60%
Prova individual final	---	40 %



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

Revisió i Reavaluació de l'Assignatura

L'estudiant té dret a la revisió de totes les evidències d'avaluació que hagin estat dissenyades per a la valoració del seu aprenentatge.

Si l'estudiant no aconsegueix assolir els objectius d'aprenentatge de l'assignatura, per a optar a una reavaluació d'assignatura i poder presentar o realitzar una nova evidència d'avaluació, serà imprescindible complir alguna de les següents condicions:

A) Haver assolit una qualificació igual o superior a 5 de mitjana de les activitats dutes a terme al llarg del semestre sense tenir en compte la/es prova/es final/s (sigui avaluació contínua o única) i haver-se presentat a la prova final.

B) Haver assolit una qualificació mínima de "4" de nota final de l'assignatura.

La màxima qualificació en el cas de la reavaluació a la que es podrà optar és un "5" de nota final de l'assignatura.

FONTS D'INFORMACIÓ BÀSICA

Bigné, J.E. (2000). *Marketing de destinos turísticos*. Madrid: ESIC.

Colbert, F. y Cuadrado, M. (2003). *Marketing de las Artes y la Cultura*. Barcelona: Ariel.

Donaire, JA. (2012). *Turismo cultural entre la experiencia y el ritual*. Barcelona: Vitel·la.

Font, J. (coord.) (2004). *Casos de turismo cultural*. Barcelona: Ariel.

Kotler, N. y Kotler P. (2001). *Estrategias y marketing de museos*. Barcelona: Ariel.

Kotler, P. (coord.) (2004). *Marketing para turismo*. Madrid: Prentice-Hall.

Peñarroya, M. (2010). *Màrqueting electrònic per al turisme cultural*. Barcelona: Vitel·la.