

MÁSTER UNIVERSITARIO EN PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

Asignatura	Posicionamiento y comunicación integrada de destinos turísticos	Código	608222
Módulo	Sistemas de Gestión Avanzada del Destino Turístico	Materia	OBLIGATORIA
Carácter	Bimestral	Créditos	3 ECTS
Plan de estudios	064W – Máster en Planificación y Gestión de Destinos Turísticos (2015-16)	Curso y Bimestre	2º BIMESTRE

Departamento responsable	Organización de Empresas y Marketing
Coordinador/a de la asignatura	Nuria Recuero Virto
Curso académico	2021/2022

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR
Posicionamiento y comunicación, definiciones, tipologías, casos prácticos
CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS
Ninguno
OBJETIVOS FORMATIVOS
Resultados de aprendizaje
Esta asignatura tiene como objetivo profundizar en la conceptualización, tipología y estrategias tanto del posicionamiento como de la comunicación de los destinos turísticos de cara a fijar de forma más adecuada la oferta y promocionarla convenientemente hacia los consumidores.
Competencias
Generales: CG3, CG4 Específicas: CE8, CE9 Básicas: CB4, CB6, CB7, CB8, CB9, CB10 Transversales: CT1, CT2, CT3
CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)
Contenidos temáticos: 1. Posicionamiento de Mercado

- 1.1. ¿Qué es posicionamiento?
- 1.2. Tipos de posicionamiento.
- 1.3. Diferenciación y Posicionamiento.
2. Diagnóstico de Mercado: los Mapas de Posicionamiento.
 - 2.1. ¿Qué es un mapa de posicionamiento?
 - 2.2. Tipos de mapas de posicionamiento.
 - 2.3. Construcción de Mapas de Posicionamiento.
 - 2.4. Interpretación de Mapas de Posicionamiento.
3. Estrategias de Posicionamiento
 - 3.1. Tipos de Estrategia de Posicionamiento.
 - 3.2. Elección e Implantación una estrategia de posicionamiento.
 - 3.3. Selección de Ventajas Competitivas más adecuadas.
4. Posicionamiento y Reputación Corporativa
 - 4.1. Influencia del Posicionamiento en la Reputación Corporativa y en la Imagen de Marca.
 - 4.2. Comunicación y aplicación del posicionamiento elegido.
5. La Comunicación Integrada de los Destinos Turísticos
 - 5.1. Tipos de Comunicación.
 - 5.2. Medios de Comunicación.
 - 5.3. Estrategias de Comunicación.
6. Comunicación Tradicional
 - 6.1. Publicidad.
 - 6.2. El folleto turístico y otras formas de publicidad impresa.
 - 6.3. Promoción de Ventas.
 - 6.4. Relaciones Públicas y Publicity.
 - 6.3. Publicidad en el Punto de Venta y Merchandising. La publicidad en la Agencia de Viajes.
 - 6.6. Ferias y Eventos.
 - 6.7. Otras formas de Comunicación Tradicional.
7. Comunicación de Vanguardia
 - 7.1. Comunicación Digital (Internet).
 - 7.2. Street Marketing.
 - 7.3. Buzz Marketing.
 - 7.4. Mobile Marketing y Apps.
 - 7.5. Otras formas de Comunicación de Vanguardia.
8. Comunicación Directa
 - 8.1. Venta personal y atención al cliente.
 - 8.2. Marketing telefónico.
 - 8.3. Otras formas de comunicación directa.

Actividades docentes:

- Clases teóricas: 50%
- Seminarios:
- Clases prácticas: 20%
- Trabajos de campo: 5%
- Prácticas clínicas:
- Laboratorios:
- Exposiciones: 20%
- Presentaciones: 5%
- Otras actividades:

ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Clases teóricas	50%	50%
Clases prácticas	20%	20%
Trabajos de campo	5%	5%
Exposiciones	20%	20%
Presentaciones	5%	5%

EVALUACIÓN	
Sistema de evaluación	Participación en la Nota Final
Pruebas orales y/o escritas	50%
Elaboración de Prácticas	20%
Exposiciones en clase	20%
Asistencia, Participación Activa y Memoria de Aprendizaje	10%

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
<p>Agell, P. y Segarra, J.A. (2001): Escuchando la voz del mercado: decisiones de segmentación y posicionamiento. EUNSA.</p> <p>Kotler, P. et al. (2011): Marketing Turístico. Pearson. 5ª Edic.</p> <p>Ries, A. y Trout, J. (2002): Posicionamiento: la batalla por su mente. McGraw Hill.</p> <p>Trout, J. y Rivkin, S. (2001): Diferenciarse o morir. Cómo sobrevivir en un entorno competitivo de alto riesgo. McGraw Hill.</p>
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

INFORMACIÓN ADICIONAL

ADAPTACIÓN DE LA DOCENCIA DURANTE LA CRISIS SANITARIA PROVOCADA POR COVID-19
<p>Plan Docente de Actuación de la Facultad de Comercio y Turismo para el curso 2021-2022</p> <p>Ante la situación de crisis sanitaria provocada por COVID-19, el desarrollo de la asignatura se adaptará al modelo de organización de la docencia según diferentes escenarios (docencia presencial, semipresencial o en línea) y actuaciones que se concreten conforme a las directrices marcadas desde el Gobierno, la Comunidad Autónoma de Madrid, la Universidad Complutense de Madrid y la Facultad de Comercio y Turismo.</p> <p>Información sobre el Plan Docente de Actuación para el curso 2021/2022: https://comercioyturismo.ucm.es/marco-estrategico-para-la-docencia-crisis-covid-19</p>
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE
Castellano
OTRA INFORMACIÓN
<p>Contacto profesora: Nuria Recuero Virto nrecuero@ucm.es https://www.ucm.es/gestiondestinos/nuria-recuero-virto</p>