



FICHA DE ASIGNATURA

Título: Turismo, marketing y desarrollo sostenible

Descripción: La asignatura pretende que el alumno conozca y aprenda a pensar en el Marketing, como filosofía, con sus técnicas y herramientas, que es utilizado para crear e intercambiar valor entre las instituciones patrimoniales y el cliente. Se estudiará el turismo cultural, sus planes estratégicos, y sostenibilidad.

Carácter: *Obligatoria*

Créditos ECTS: 6

Contextualización: El alumno aprenderá a “entender” al cliente/consumidor, evaluar sus necesidades, gustos o preferencias, determinar oportunidades de comercialización efectivas, examinar los usos apropiados de investigación de mercado, para analizar, evaluar y diseñar estrategias de marketing coherentes, y asignar los recursos para adaptar la institución al entorno y situarla en una posición de ventaja competitiva sostenible. Adicionalmente, aprenderá la correcta estrategia de segmentación y posicionamiento. Todo ello con el fin de crear la parte estratégica del Plan de Marketing, para poder definir las acciones, marketing operativo, correctas para diferentes productos (bienes, servicios e ideas) de una institución patrimonial.

Modalidad: *Online*

Temario:

Planes estratégicos en el ámbito del turismo. Capacidad de acogida y sostenibilidad.
Políticas turísticas y organismos competentes (OMT)
El turismo cultural como generador experiencial. Itinerarios y rutas culturales. Memoria y territorio.
Producto turístico e industria turística. La función del marketing en las instituciones patrimoniales:
Marketing estratégico y Marketing operativo. Plan de marketing.
Consumer research & competitive intelligence: las instituciones customer centric. Investigación de mercados y audiencias. Los nuevos consumidores. El alcance estratégico de la gestión y monitorización de la experiencia del cliente.
Comunicación Corporativa. Brand Identity & Positioning. La gestión estratégica de los intangibles y de la marca. Otros activos/recursos intangibles: Segmentación, targeting y posicionamiento.

Competencias:

Competencias Básicas:

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya



reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias específicas:

CE13 - Utilizar técnicas expositivas coherentes e innovadoras para la divulgación del conjunto del patrimonio cultural

CE14 - Desarrollar proyectos de museografía y de musealización de monumentos que tengan en cuenta los diversos tipos de público receptor y de contextos

CE17 - Conocer los fundamentos del marketing y su potencialidad para crear e intercambiar valor entre las instituciones patrimoniales y la sociedad.

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Presencialidad
Clases expositivas	100%
Sesiones con expertos en el aula	100%
Observación de recursos audiovisuales	0%
Estudio de material interactivo	0%
Clases prácticas de análisis y profesionales	100%
Prácticas observacionales	0%
Actividades de seguimiento	0%
Talleres profesionales	100%
Estudio del manual de la asignatura	0%
Estudio de material complementario	0%
Desarrollo de actividades del portafolio	0%
Trabajo cooperativo	0%
Tutoría	30%
Prueba final	100%

Metodologías docentes:



Lección magistral participativa
Lección Magistral
Resolución de problemas
Simulación
Debate crítico
Diseño de proyectos
Seguimiento
Observación
Monitorización de actividades del alumnado
Exposición de trabajos
Revisión bibliográfica
Trabajo cooperativo
Estudio de casos

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación del Portafolio: Actividad teórica	10.0	15.0
Evaluación del Portafolio: Actividad de análisis	15.0	25.0
Evaluación del Portafolio: Actividad profesional	25.0	40.0
Actividades de evaluación continua	5.0	10.0
Evaluación de la prueba	20.0	45.0



Observaciones

A nivel de módulo se implantarán las actividades siguientes para alcanzar las competencias de carácter práctico:

Para garantizar que el estudiante pone en práctica en un contexto real los contenidos de esta materia, dentro de las actividades formativas

se desarrollarán específicamente, además de las estipuladas por la propia metodología, las siguientes (podrán realizarse adaptaciones en

función de las necesidades docentes y la evolución de la disciplina):

- ¿Turismo masivo y ausencia de turismo: amenazas para el patrimonio cultural y los retos de la actualidad: actividad formativa consistente en la elaboración

de una propuesta de producto turístico vinculada a un monumento o conjunto histórico-artístico, teniendo en cuenta su sostenibilidad y rentabilidad en el

contexto presente.

- ¿Las tecnologías multimedia como herramienta para fomentar el ocio educativo e interactivo y contribuir a mejorar el alcance de la programación de

los museos: seminario práctico relativo a la gestión de recursos que ofertan las empresas del sector de la producción y consultoría museográfica.

- ¿El gestor del patrimonio cultural como profesional multidisciplinar: creatividad, deontología y trabajo en equipo: ponencia a impartir por un experto en

la materia.

Talleres profesionales

Al finalizar cada semestre se desarrollarán una serie de talleres profesionales concentrados en una semana, que permiten al estudiante seguir desplegando

las competencias del programa formativo.

Estos talleres estarán compuestos por las siguientes actividades: clases prácticas de los profesores de las asignaturas del semestre adaptadas a la temática

del taller, masterclass de profesionales de reconocido prestigio y desarrollo de un proyecto transversal por equipos. El proyecto se desarrollará

a modo reto, debiendo dar los estudiantes por equipos solución a una situación, eligiéndose posteriormente la mejor propuesta.

Garantía de adquisición de competencias profesionales

La adquisición de competencias profesionales queda garantizada por los siguientes aspectos:



Universidad
Internacional
de Valencia

- Participación de profesionales de la gestión del patrimonio y la museología en activo en el Claustro docente.
- Visión práctica de los contenidos.
- Actividades formativas de análisis diseñadas por profesionales en activo basadas en casos reales.
- Actividades formativas profesionales en los que el estudiante se enfrentará a una situación real de la práctica profesional, también diseñadas por profesionales en activo.

Talleres profesionales en los que los alumnos, por equipos, se enfrentarán a un reto creado por una empresa o profesional, debiendo desplegar habilidades de trabajo cooperativo, creatividad, pensamiento abstracto, etc.