

Creación y gestión de marca de destinos turísticos y culturales

Curso Académico: (2023 / 2024)

Fecha de revisión: 27-04-2023

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Economía de la Empresa

Coordinador/a: CERVIÑO FERNANDEZ, JULIO

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 6.0

Curso : Cuatrimestre :

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

- 1 Concepto de Marca aplicado a destinos turísticos y culturales
 - 1.1 Concepto y funciones
 - 1.2 Notoriedad y asociaciones
 - 1.2 Identidad e imagen de marca y sus modelos
 - 1.3 Dimensiones de la marca destino turístico y cultural
- 2 Gestión de marcas
 - 2.1 Creación de marca y estudios previos
 - 2.2 Planificación
 - 2.3 Instrumentos de gestión y de auditoría de marca
- 3 La gestión de marca en el entorno digital

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Nota mínima en el examen final para realizar la evaluación continua: 3,8 (60%)

Test sobre lecturas y casos: 10

Participación individual y discusión de artículos y casos: 10%

Trabajo en Grupo: 20%

Peso porcentual del Examen Final: 60**Peso porcentual del resto de la evaluación:** 40