



DENOMINACIÓN ASIGNATURA: GESTIÓN DE MARCAS (BRANDING) PARA RECURSOS Y DESTINOS TURÍSTICOS CULTURALES Y NATURALES		
MASTER: MASTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN TURÍSTICA DE RECURSOS CULTURALES Y NATURALES	CURSO:1	CUATRIMESTRE:1

PLANIFICACIÓN SEMANAL DE LA ASIGNATURA								
SE-MA-NA	SE-SIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA SESIÓN	GRUPO (Marcar X)		Indicar espacio necesario distinto aula (aula inform, audiovisual etc..)	TRABAJO DEL ALUMNO DURANTE LA SEMANA		
			GRAN-DE	PE-QUE-ÑO		DESCRIPCIÓN	HORAS PRESEN- CIALES	HORAS TRABJO Semana Máximo 7 H
1	1	Presentación del Curso: Explicación del programa, desarrollo de la asignatura, métodos docentes (casos, ejercicios, clases magistrales) y sistema de evaluación (presentación de ejercicios/casos en público, participación en clase, tests y exposición de un trabajo final) Tema 1 El proceso del branding. La creación y gestión de marcas				Revisar la documentación de la asignatura. Leer materiales de referencia para el primer Tema.	1,5	
1	2	Sesión práctica: Visionado de video sobre Marca de Ciudad y Marca País. Análisis y DISCUSIÓN.				Visionado del video y su análisis con los principales aspectos estratégicos y operativos de la creación de marca y su adecuación a una marca ciudad y marca país. Redacción y entrega de forma individual de las conclusiones del análisis realizado en clase.	1,5	

2	3	Tema 2: La importancia de las marcas en la sociedad y economía actual				Leer materiales de referencia para este tema.	1,5	
2	4	Sesión práctica: DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 2				Presentaciones en grupo. Lectura materiales, preparación del caso	1,5	
3	5	Tema 3. Las marcas como activos económicos y relacionales				Leer materiales de referencia para este tema.	1,5	
3	6	Sesión práctica: DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 3 Información sobre Proyecto de Plan de Marca y Posicionamiento de un Producto/Recurso Turístico (Ciudad, destino, evento, localización, institución, etc.)				Presentaciones en grupo de casos Lectura de material. Reflexión sobre proyecto a realizar en grupo de 4/5 estudiantes.	1,5	
4	7	Tema 4. El proceso de creación de marca: del producto y la innovación a su posicionamiento y comunicación				Leer materiales de referencia para este tema	1,5	
4	8	Sesión práctica: DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 4				Presentaciones en equipo; Lectura de materiales.	1,5	
5	9					Lecturas sobre "Place branding" y "City	1,5	

		Tema 5. Proceso de creación de marca para un recurso o destino turístico				branding”		
5	10	Primera presentación: Análisis del mercado y producto a investigar para el Plan/ Proyecto de Plan de Marca y Posicionamiento de un Producto/Recurso Turístico				Resolución de trabajos y casos de estudio asignados	1,5	
6	11	Tema 6. La aplicación del branding a los destinos turísticos				Leer materiales de referencia para este tema	1,5	
6	12	Sesión práctica: DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 5				Presentaciones en grupo. Lectura materiales, preparación del caso	1,5	
7	13	Tema 7.El City branding, el place branding, el destination branding, y la marca país				Lecturas: Positioning & Branding Strategies. Fundamentos para una gestión de marca de recursos turísticos.	1,5	
7	14	Segunda presentación: Análisis DAFO dentro del Plan/ Proyecto de Marca y Posicionamiento de un Producto/Recurso Turístico de Marketing.				Presentaciones en equipos de trabajo. Resolución de trabajos, casos y proyectos asignados	1,5	
8	15	Tema 8. Desarrollo y fases de un proyecto de posicionamiento y branding de un destino turístico: a nivel país y a nivel ciudad y/o región				Leer materiales de referencia para este tema	1,5	

8	16	<i>Tercera presentación: Decisiones de Segmentación y posicionamiento dentro del Plan/Proyecto de Marca y Posicionamiento de un Producto/Recurso Turístico de Marketing</i>				Presentaciones en equipos de trabajo. Resolución de trabajos, casos y proyectos asignados	1,5
9	17	Tema 9. Desarrollo y fases de un proyecto de branding para un recursos turístico				Leer materiales de referencia para este tema	1,5
9	18	Análisis con los grupos de trabajo sobre la evolución de sus respectivos proyectos de marca y posicionamiento de un recurso/destino turístico				Resolución de dudas sobre los distintos temas vistos en clases y las partes del proyecto a desarrollar.	1,5
10	19	Tema 10. El desarrollo de la Identidad Visual de la Marca Turística (I parte)				Leer materiales de referencia para este tema	1,5
10	20	<i>Sesión práctica: Visionado de Vídeos sobre Destinos y Recursos Turísticos</i>				Análisis y discusión de los vídeos proyectados en el aula. Informe de resultados por grupos de trabajo.	1,5
11	21	Tema 11. El desarrollo de la Identidad Visual de la Marca Turística (II parte)				Leer materiales de referencia para este tema	1,5
11	22	<i>Sesión práctica: DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 6</i>				Presentaciones en equipos de trabajo. Lecturas de materiales, análisis de los distintos	1,5

						trabajos presentados en clase.		
12	23	Tema 11. La Comunicación del Destino/Recurso Turístico.				Leer materiales de referencia para este tema	1,5	
12	24	Sesión práctica: DISCUSIÓN EN CLASE DEL CASO 7				Presentaciones en equipos de casos y trabajos.	1,5	
13	25	Tema 13. La aplicación de las nuevas tecnologías de red (internet, redes sociales, TripAdvisor, Google, etc.) al posicionamiento y la comunicación del destino/recurso turístico.				Lecturas: – Informe de Google: ZMOT	1,5	
13	26	Sesión práctica: Preparación para la presentación y defensa del Plan/Proyecto de Marca y Posicionamiento de un Producto/Recurso Turístico - Proyecto fin de semestre				Presentaciones en equipos de casos y trabajos.	1,5	
14	27	Presentación Final: Presentación del Plan/Proyecto de creación de marca por los grupos de trabajo. Informe ejecutivo a la dirección de la empresa.				Presentaciones en equipos del Plan/Proyecto de Marca y Posicionamiento de un Producto/Recurso Turístico	1,5	
14	28	Presentación Final: Presentación del Plan/Proyecto de creación de marca por los grupos de trabajo. Informe ejecutivo a la dirección de la empresa				Presentaciones en equipos del Plan/Proyecto de Marca y Posicionamiento de un Producto/Recurso Turístico	1,5	
SUBTOTAL							42	+ 68 = 110
15		Recuperaciones, tutorías, entrega de trabajos, etc						

16-18		Preparación de evaluación y evaluación						3
TOTAL								150