



GUÍA DOCENTE 2020-2021
Marketing y Enoturismo (II)

1. Denominación de la asignatura:

Marketing y Enoturismo (II)

Titulación

Master Universitario en Cultura del vino: Enoturismo en la Cuenca del Duero

Código

6813

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

Economía y Marketing Vitivinícola

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

Economía y Administración de Empresas

4.a Profesor que imparte la docencia (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :

Enrique Mario Conde Izquiero (mconde@anunciantormenta.com) y mconde@ubu.es

4.b Coordinador de la asignatura

Esther Calderón Monge (ecalderon@ubu.es) Despacho 2073 Tfno 947 258967

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

Segundo

6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Optativa



7. Número de créditos ECTS de la asignatura:

4

8. Competencias que debe adquirir el alumno/a al cursar la asignatura

Competencias básicas

CB7 Saber 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 Ser 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 Saber 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 Poseer las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias Generales

G1 Capacidad para organizar y planificar

G3 Capacidad para adquirir conocimientos y procesar información técnica y científica, utilizando los conocimientos adquiridos como base para poder ser originales en el desarrollo y aplicación de ideas. Hábito de trabajo en equipos multidisciplinares.

G4 Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público, especializado o no, desarrollando habilidades para comunicarse, redactar informes y asumir distintos roles y responsabilidades

G5 Capacidad para aprender de forma continuada, autodirigida y autónoma y desarrollar nuevos conocimientos y técnicas especializadas, adecuadas para el desarrollo profesional y ó investigador especializándose en Enoturismo.

Competencias Específicas

EEM3 Analizar y estructurar un problema empresarial y diseñar una solución



EEM4 Gestionar una empresa mediante el uso de los conceptos, métodos y herramientas adecuados.

9. Programa de la asignatura

| |
|--|
| 9.1- Objetivos docentes |
| Se pretende que el alumno utilizando los diferentes instrumentos y herramientas para la toma de decisiones desarrolle habilidades analíticas y de toma de decisiones. Que analice problemas desde el marketing y ponga soluciones. Que desarrolle un comportamiento ético en el mundo de los negocios. |
| 9.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos) |
| MARKETING Y ENOTURISMO II |
| ELEMENTOS DE DECISIÓN Y ACTUACIÓN COMERCIAL EN EL ENOTURISMO |
| .- Decisiones y estrategias de productos enoturísticos . - Decisiones y estrategias de precios en el mercado del enoturismo . - Decisiones y estrategias de distribución en el mercado enoturístico . - Decisiones y estrategias de comunicación comercial en el mercado enoturista |
| PLAN DE MARKETING |
| .- Elaboración del Plan de Marketing |
| 9.3- Bibliografía |
| BIBLIOGRAFÍA BÁSICA |
| Manuel Rey Moreno, (2017) Marketing Turístico. Fundamentos y Dirección, Pirámide, D.L., Madrid, 978-84-368-3688-2, Manuel Rey Moreno, (2017) Dirección de Marketing Turístico, Ubook Pirámide , Madrid, 9788436836899, |
| Santesmases Mestre, M. , (2012) Marketing. Conceptos y Estrategias, 6ª, Pirámide, Madrid, |
| BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA |
| Esteban Talaya, A. et al. , (2008) Principios de Marketing, 2ª, ESIC, Madrid, Kotler, PH; Armstrong, G. , (2008) Fundamentos de Marketing, 8ª, Pearson/ Prentice Hall, Madrid, Melgosa Arcos, Javier, (2014) Turismo de interior, disponible en Ubook, Pirámide, |



10. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante:

| Metodología | Competencia relacionada | Horas presenciales | Horas de trabajo | Total de horas |
|--|--------------------------------|---------------------------|-------------------------|-----------------------|
| Clases Teóricas: clases presenciales, resolución de casos prácticos | EEM3,EEM4 | 4 | 0 | 4 |
| Seminarios y debates presenciales y/o virtuales | EEM3,EEM4 | 4 | 0 | 4 |
| Defensa de trabajo: exposiciones públicas | G1,G4,CB7,CB8,CB9 | 1 | 0 | 1 |
| Trabajo personal dirigido: trabajo en grupo, tutorías virtuales y/o presenciales, foros virtuales de dudas y preguntas | G1,G3,G5,CB7,CB8 | 0 | 30 | 30 |
| Autoaprendizaje: Trabajo personal autónomo, estudios de casos | G3,G5,CB10 | 0 | 61 | 61 |
| Total | | 9 | 91 | 100 |

11. Sistemas de evaluación:

Para superar la asignatura será necesario obtener una calificación mínima del 40% en la prueba "Elaboración de un trabajo en grupo". En segunda convocatoria son objeto de recuperación: trabajo del caso.

Este criterio se establece en base a la filosofía subyacente en la metodología de evaluación continua que supone un seguimiento continuado de las actividades planificadas a lo largo del curso.

Para la realización de tutorías y exámenes, resulta imprescindible disponer de webcam y micrófono activados. Además, determinadas pruebas de evaluación podrán realizarse mediante videoconferencia (Skype empresarial, vinculada a la cuenta de alumno de la UBU) y/o requerir validación de identidad mediante el uso de sistemas de reconocimiento facial).

El sistema de evaluación para estudiantes de intercambio deberá ser modificado en el



supuesto de que los calendarios de las universidades de origen y de destino no sean coincidentes.

De acuerdo con el artículo 17.2 del Reglamento de Evaluación de la Universidad de Burgos, los estudiantes que lleven a cabo realización fraudulenta de alguna prueba o trabajo exigido en la evaluación (copia, plagio, etc.) de la asignatura podrán ser calificados con una calificación de cero en el curso académico en el que se produzca el fraude.

| Procedimiento | Peso primera convocatoria | Peso segunda convocatoria |
|---|----------------------------------|----------------------------------|
| Elaboración de un trabajo en grupo | 40 % | 40 % |
| Participación activa en el aula/plataforma, aportaciones y actitud en las actividades formativas (participación en las clases presenciales, debates, seminarios y foros, etc) | 10 % | 10 % |
| Resolución de cuestiones teórico/prácticas en forma de test | 20 % | 20 % |
| Estudio y resolución de casos | 30 % | 30 % |
| Total | 100 % | 100 % |

Evaluación excepcional:

En el sistema de Evaluación Excepcional se exigirá la realización y/o entrega de trabajos como en el sistema ordinario, para garantizar la adquisición de determinadas competencias, y la presentación a las pruebas de contenido que se establezcan en las fechas fijadas oficialmente, otorgando la misma ponderación y calificación que se otorga en el sistema ordinario.

El alumno/a habrá de solicitar este tipo de evaluación dentro de los plazos previstos en el Reglamento de Evaluación de la Universidad de Burgos (Art. 9)

12. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

Presentaciones power-point
Materiales y actividades en la plataforma Moodle
Tutoría virtual

13. Calendarios y horarios:

Véase página web del Máster: Información Académica, en el apartado horarios y aulas, calendario académico y horarios de tutorías académicas.

<http://www.ubu.es/master-universitario-en-cultura-del-vino-enoturismo-en-la-cuencadel-duero-semipresencial>



14. Idioma en que se imparte:

Español



| MODELO PARA RECOGER LAS ADAPTACIONES/ADENDAS DE LAS GUÍAS DOCENTES 20-21 | | |
|---|---|---|
| TITULACIÓN | Master Universitario en Cultura de Vino: Enoturismo en la Cuenca de Duero | |
| CURSO | Primero | |
| ASIGNATURA / CÓDIGO | Marketing y Enoturismo II / 6813 | |
| SEMESTRE (1.º/2.º) | 2º | |
| TIPO DE ASIGNATURA Y CRÉDITOS | Optativa | 4 |
| COORDINADOR/A | Esther Calderón Monge | |
| PROFESORADO | Enrique Mario Conde Izquierdo | |
| CAMBIOS EN LA METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE RESPECTO A LA GUÍA INICIALMENTE APROBADA PARA UN CONTEXTO DE PRESENCIALIDAD | | |
| <p>1. Por razones de reorganización de espacios y tiempos (paso del escenario A al B) <u>para aquellas materias que proceda</u></p> <p>Las clases se impartirán en modo presencial y vía streaming para aquellos alumnos que no pudieran recibirlas de modo presencial</p> | | |
| <p>2. Ante un eventual rebrote de la enfermedad con paso al escenario C, <u>para todas las materias.</u></p> <p>La docencia se impartirá en la modalidad virtual a través de aplicaciones como Skype empresarial, Teams u otras herramientas facilitadas por UBUVirtual., y siempre en el mismo horario que se había fijado para la modalidad presencial. Las clases prácticas se realizarán, cuando sea necesario, a través de foros.</p> | | |
| CAMBIOS EN LA ATENCIÓN TUTORIAL DE LOS ESTUDIANTES: | | |
| <p>1. Por razones de reorganización de espacios y tiempos (paso del escenario A al B) <u>para aquellas materias que proceda</u></p> <p>Si fuera necesario la tutoría se realizaría mediante cita previa para evitar el riesgo de concurrencia de alumnos.</p> | | |
| <p>2. Ante un eventual rebrote de la enfermedad con paso al escenario C, <u>para todas las materias.</u></p> <p>La acción tutorial sobre el contenido de la materia se desarrollará a través de foros respectivos a los distintos temas, sobre todo, para formentar el aprendizaje colaborativo. Asimismo, cuando exista una situación particular del alumno se realizará a través del correo electrónico o de la mensajería de UBUVirtual e incluso la videoconferencia, si fuera necesario</p> | | |



CAMBIOS EN LOS SISTEMAS DE EVALUACIÓN (especifique los nuevos procedimientos y el peso relativo asignado a la calificación)

1. Por razones de reorganización de espacios y tiempos (paso del escenario A al B) para aquellas materias que proceda

No se realizará cambio alguno en los sistemas de evaluación. Los pesos asignados a las distintas actividades incluido el examen, se mantienen.

2. Ante un eventual rebrote de la enfermedad con paso al escenario C, para todas las materias.

No se realizará cambio alguno en los sistemas de evaluación. Los exámenes tipo test presenciales serán sustituidos por cuestionarios online en la plataforma de la UBVirtual. Los pesos asignados a las distintas actividades incluido el examen, se mantienen.

CALENDARIO DE PRUEBAS DE EVALUACIÓN NO PRESENCIAL (las pruebas presenciales se ajustarán al calendario establecido por los centros, pudiendo modificar el mismo si la evaluación no presencial utilizase otros procedimientos)

El mismo calendario que las pruebas presenciales planificadas dentro del calendario establecido por los centros.

COMENTARIOS