

## Módulo 2 - Criterios de intervención en Espacios Turísticos

### IMAGEN DE MARCA

2 ECTS	Obligatoria	Semestre - 2
--------	-------------	--------------

#### COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

##### Competencias básicas

- CB03 Saber evaluar y seleccionar la teoría científica adecuada y la metodología precisa de sus campos de estudio para formular juicios a partir de información incompleta o limitada incluyendo, cuando sea preciso y pertinente, una reflexión sobre la responsabilidad social o ética ligada a la solución que se proponga en cada caso.
- CB04 Ser capaces de predecir y controlar la evolución de situaciones complejas mediante el desarrollo de nuevas e innovadoras metodologías de trabajo adaptadas al ámbito científico/investigador, tecnológico o profesional concreto, en general multidisciplinar, en el que se desarrolle su actividad
- CB07 Ser capaces de asumir la responsabilidad de su propio desarrollo profesional y de su especialización en uno o más campos de estudio.

##### Competencias específicas

- CE01 Conocer, comprender y analizar el funcionamiento del turismo en Mallorca, las estructuras turísticas y sus sectores empresariales en entornos internacionales complejos, dinámicos y competitivos.
- CE02 Conocer, comprender y analizar las necesidades del sector turístico y hotelero en el marco de su comunicación y de su identidad corporativa.
- CE08 Identificar y conocer en profundidad las nuevas tendencias en la creación de productos turísticos.

##### Competencias transversales

- CT01 Actuar con los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos, desde el respeto y la promoción de los Derechos Humanos, con especial atención a los derechos de igualdad entre mujeres y hombres, y los principios de accesibilidad universal y diseño para todos.
- CT03 Aplicar pensamiento crítico, lógico y creativo, demostrando dotes de innovación, especialmente en situaciones de conflicto en contextos de toma de decisiones.
- CT04 Capacidad de análisis y síntesis
- CT06 Trabajar de forma autónoma con responsabilidad e iniciativa.

##### Resultados de aprendizaje

- Mostrar el diseño como factor clave de éxito para la industria turística.
- Identificar buenas prácticas turísticas y hoteleras en relación a la imagen de marca.

## CONTENIDOS

Marca gráfica como concepto visual de comunicación. Posicionamiento en el mercado de una marca. Influencia del diseño de la imagen de marca.

## METODOLOGÍA DOCENTE

Metodología de trabajo teórico-práctica, activa e interactiva, con una dinámica participativa y abierta, flexible, y adaptada al perfil del alumnado, a sus experiencias y ritmo de aprendizaje, a sus capacidades, a su desarrollo y a las actividades propuestas, tanto de forma presencial como telemática a través de la plataforma virtual.

TRABAJO PRESENCIAL	HORAS	TRABAJO NO PRESENCIAL	HORAS
Clases expositivas	8	Estudio autónomo y consultas bibliográficas y otros recursos	15
Estudio, análisis de casos y proyectos	1	Elaboración de proyectos y estudios de casos	20
Pruebas de evaluación	1	Tutoría telemática	5
Total horas trabajo presencial	10		40

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

El alumnado deberá entregar en los plazos establecidos todas las actividades y/o pruebas propuestas y superarlas, tanto las realizadas de forma presencial como no presencial.

La materia será evaluada teniendo en cuenta la tabla siguiente:

	<b>Evaluación continua</b>
Proyectos	50 %
Pruebas objetivas finales	50 %
	100 %

## IDIOMA DE IMPARTICIÓN

Castellano