

Convocatoria Pública para la cobertura de un puesto de personal laboral de TECNICO/A DE PRODUCTOS / PROMOCIÓN / COMUNICACIÓN

PARA PERSONAL DE ENTIDADES DEL SECTOR PUBLICO, CON RELACION FUNCIONARIAL DE CARRERA O LABORAL FIJA O INDEFINIDA

La Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana está adscrita al Ayuntamiento de Valencia, de conformidad con las previsiones establecidas en el art. 129 de la ley 40/2015.

La Fundació se ajustará en sus actos de disposición y administración a Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones; la Ley 8/1998, de 9 de diciembre, de Fundaciones de la Comunidad Valenciana; Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público; por sus Estatutos, y por el ordenamiento jurídico privado, salvo en las materias en que les sea de aplicación la normativa presupuestaria, contable, de control económico-financiero, y de contratación del sector público. Respecto de la contratación del personal, se regirá, por el Derecho laboral, así como por las normas que le sean de aplicación por su adscripción al sector público.

OBJETO DE LA CONVOCATORIA

La presente convocatoria tiene por objeto la selección de personal, mediante el sistema de concurso-oposición, para cubrir un puesto de **Técnico/a de Productos/Promoción/Comunicación** para personal en activo de la Administración o del Sector Público, en la **FUNDACIÓ VISIT VALÈNCIA**, Avda. Cortes Valencianas, 41, València.

La presente convocatoria tendrá en cuenta el principio de igualdad de trato entre mujeres y hombres por lo que se refiere al acceso al empleo, de acuerdo con el artículo 14 de la Constitución Española, la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo y el Real Decreto-ley 6/2019, de 1 de marzo, de medidas urgentes para garantía de la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el empleo y la ocupación.

CARACTERÍSTICAS DEL PUESTO:

Puesto: Técnico/a de Productos Turísticos / Promoción / Comunicación

Retribución: Retribución bruta anual aproximadamente: 35.900 € para el ejercicio 2024.

Régimen de contratación: Contrato laboral indefinido, con periodo de prueba de 6 meses.

FUNCIONES DEL PUESTO

- Diseño de la Estrategia del Programa de Producto y del Plan Operativo Anual.
- Coordinación y gestión de campañas de promoción de producto en mercados.
- Lanzamiento y seguimiento de acciones de marketing en mercados del programa de producto.
- Presentaciones en destino, participaciones en workshops, atención de viajes de prensa, educacionales y visitas de inspección de operadores turísticos.
- Atención a consultas de agencias organizadoras de eventos y/o de viajes.
- Gestión y coordinación con proveedores y agencias externas.
- Administración de recursos asignados al programa de producto.
- Elaboración de informes y memorias relativos a la actividad y competencia del área.
- Gestión con asociados y colaboradores e interlocución con entidades vinculadas al programa de producto.
- Organización de asambleas y reuniones con las empresas asociadas al producto.
- Tareas de gestión y administración relacionadas con el CRM de la Fundación (Microsoft Dynamics) y otras herramientas de gestión como el Portal de Asociados.
- Desarrollo de productos y servicios propios.
- Colaboración en proyectos comunes con otras áreas de la Fundación.
- Tareas administrativas propias del área.
- Otras tareas que le sean asignadas por el responsable del área.
- Diseñar planes de comunicación integral, que incluyan perspectivas online y offline, de las actividades de la Fundación tanto para públicos internos como para públicos externos.
- En el marco de referencia de la actividad turística, elaborar material informativo para la difusión de las principales acciones de la Fundación.
- Definir las principales líneas argumentales de la Fundación con sus principales grupos de interés, en el marco del turismo sostenible y la gobernanza colaborativa.
- Organización de ruedas de prensa, comparecencias y presentaciones de los principales hitos de la Fundación.
- Gestionar el posicionamiento, la imagen externa, especialmente en el ámbito local, y las relaciones institucionales de la Fundación.
- Conociendo los términos básicos de la actividad turística, gestionar las relaciones institucionales con organizaciones del sector turístico, con otras Administraciones turísticas y con los medios de

comunicación locales y con otros especializados en Turismo.

- Impulsar la comunicación de la Fundación desde la óptica de la Responsabilidad Social Corporativa y del desarrollo social, económico y ambiental de los diferentes grupos de interés.
- Diseñar e implementar campañas de comunicación institucional, desde la idea creativa, la planificación de medios, supervisión de la ejecución y resultados.
- Gestionar la información de la actividad institucional de la Fundación en los canales propios: web, blog, newsletters, rrrs.

PUBLICACIÓN DE LA CONVOCATORIA:

La publicación de la convocatoria se realizará en:

- Página web de Fundación Visit Valencia (<https://fundacion.visitvalencia.com/empleo>)
- Sede social de la Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana, Avda. Corts Valencianes, 41, València.

REQUISITOS DE LOS CANDIDATOS/AS:

Los candidatos deberán reunir, en el día de finalización del plazo de presentación de solicitudes y mantener hasta el momento de la formalización del contrato de trabajo, los siguientes requisitos:

- Nacionalidad:
 - a) Tener la nacionalidad española o ser nacional de alguno de los Estados miembros de la Unión Europea o de los incluidos en el ámbito de aplicación de los Tratados Internacionales celebrados por la Unión Europea y ratificados por España en los que sea de aplicación la libre circulación de trabajadores.
 - b) En el supuesto de no ser nacional de alguno de los Estados incluidos en el apartado anterior, tener residencia legal en España.
- Tener cumplidos los dieciséis años y no exceder, en su caso, de la edad máxima de jubilación forzosa.
- Poseer la capacidad funcional para el desempeño de las tareas.

- No haber sido separado mediante expediente disciplinario del servicio de cualquiera de las Administraciones Públicas y organismos públicos vinculados o dependientes de éstas, ni hallarse en inhabilitación absoluta o especial para empleos o cargos públicos por resolución judicial firme.
 - En el caso de ser nacional de otro Estado, no hallarse inhabilitado o en situación equivalente, ni haber sido sometido a sanción disciplinaria o equivalente que impida en su Estado, en los mismos términos, el acceso al empleo público.
 - Ser empleado de entidades del sector público con relación funcional de carrera o laboral fija o indefinida.
1. Licenciatura/Grado Universitario relacionado con las funciones del área. Los títulos o grados obtenidos en el extranjero o en centros españoles no públicos deberán estar debidamente homologados.
 2. Idiomas.
Inglés: acreditado oficialmente nivel C1 o equivalente en cualquiera de las entidades incluidas en el Decreto 61/2013, de 17 de mayo, del Consell.

SOLICITUDES Y PLAZO DE PRESENTACIÓN:

Aquellos aspirantes que deseen participar en el proceso de selección deberán presentar la siguiente documentación:

- Currículum Vitae: actualizado y detallado en el que deberán especificarse las fechas y periodos concretos de inicio y fin de la formación académica y de cada experiencia profesional y, así como las funciones y actividades realizadas (máximo cinco folios).
- Fotocopia de la documentación oficial que acredite las titulaciones y la experiencia profesional objeto de la valoración.
- Documento Nacional de Identidad, pasaporte o tarjeta de residente que acredite el cumplimiento del requisito de nacionalidad.

Dicha documentación será cotejada con originales o fotocopias compulsadas, tras el proceso de selección, únicamente en los casos idóneos para su posible contratación.

Los aspirantes con un grado de discapacidad igual o superior al 33% deberán indicarlo en su solicitud, adjuntando copia del Dictamen Técnico Facultativo emitido por el Órgano Técnico de Valoración que dictaminó el grado de discapacidad. En el caso de que precisasen adaptaciones de tiempo y/o medios para la realización de las pruebas selectivas, además de indicarlo en la solicitud, deberán presentar escrito en el que se especifique el tipo de adaptación que solicitan, así como certificado médico acreditativo de la adaptación solicitada, de manera que el Órgano de Selección pueda asegurar similares condiciones para la realización de las pruebas selectivas de estos candidatos que para el resto de los participantes en el proceso de selección.

La documentación aportada no será devuelta en ningún caso. La Fundació, en cumplimiento de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales, custodiará y tratará la documentación recibida de manera confidencial y únicamente con el objeto de valorar las candidaturas presentadas, no almacenándose por ninguna vía, fichero o medio, ni siendo cedida, en todo o en parte a terceras personas o entidades. Una vez finalizado el proceso selectivo, con la salvaguarda del oportuno tiempo para posibles reclamaciones, la documentación será destruida.

La no presentación de la citada documentación, así como el no poseer los requisitos exigidos en las bases de convocatoria supondrá la no admisión del candidato.

La documentación escaneada podrá ser presentada por e-mail a la dirección electrónica recursos-humanos@visitvalencia.com, consignando en el asunto la referencia **Selección Técnico/a de Productos/Promoción/Comunicación**; por correo certificado con acuse de recibo; en mano en la sede social de la Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana sito en Av. de les Corts Valencianes, 41 (CP.46015), València, en sobre cerrado sin ninguna identificación del candidato, en el que aparecerá la leyenda «**Selección Técnico/a de Productos/Promoción/Comunicación**»; o en el resto de las formas previstas en el artículo 16 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del procedimiento administrativo común de las administraciones públicas, anunciando su envío por correo electrónico a recursos-humanos@visitvalencia.com

El plazo de presentación de solicitudes será de **15 días naturales** contados desde el día siguiente al de la publicación de la convocatoria. No serán admitidas al proceso, las solicitudes que no se reciban en el plazo y forma establecidos.

La presentación de la candidatura implica la aceptación de las presentes bases.

Una vez concluido el plazo de presentación de solicitudes, se publicará en el portal de empleo de la página web institucional de la Fundació Visit València la lista provisional de personas admitidas y excluidas, estableciéndose un plazo de **5 días hábiles** para posibles reclamaciones o subsanaciones.

Si no se produce ninguna reclamación, sugerencia o petición de enmienda, la relación provisional devendrá definitiva automáticamente. En caso contrario, una vez resueltas las reclamaciones y subsanaciones, se publicará a través de la página web de la Fundació la lista definitiva de personas admitidas y excluidas.

ÓRGANO DE SELECCIÓN:

Órgano de Selección: Órgano de selección para la contratación un/a **Técnico/a de Productos/Promoción/Comunicación.**

Composición: Según lo dispuesto en el Art. 49 del Convenio Laboral de la Fundació Visit València

Artículo 49. Órganos de selección

“Los órganos de sección serán colegiados y su composición deberá ajustarse a los principios de imparcialidad y profesionalidad de sus miembros, y se tenderá, asimismo, a la paridad entre mujeres y hombres.

El personal de elección o de designación política, el personal interino y el personal temporal no podrá formar parte de los órganos de selección.

Los órganos de selección estarán presididos por personal fijo.

La permanencia a los órganos de selección será siempre a título individual, no pudiendo ostentarse ésta en representación o por cuenta de nadie.”

La selección será llevada a cabo por un Órgano de Selección que estará integrado por las personas que a continuación se detallan, si bien podrán ser designadas personas suplentes de los mismos:

- **Presidencia:** Secretario de Patronato.
Suplente: Empleados públicos del Ayuntamiento de Valencia con titulación igual o superior al puesto objeto de la convocatoria
- **Secretaría:** Jefa de Área Jurídica de Visit Valencia.
Suplente: Empleados públicos del Ayuntamiento de Valencia o de Visit Valencia con titulación igual o superior al puesto objeto de la convocatoria
- **Vocal:** Jefe/a Adjunto a la Subdirección.
Suplente: Empleados públicos del Ayuntamiento de Valencia o de Visit Valencia con titulación igual o superior al puesto objeto de la convocatoria
- **Vocal:** Jefe/a de Unidad de Comunicación de Visit Valencia
Suplente: Empleados públicos del Ayuntamiento de Valencia o de Visit Valencia con titulación igual o superior al puesto objeto de la convocatoria
- **Vocal:** Jefe/a de Área de Productos de Visit Valencia
Suplente: Empleados públicos del Ayuntamiento de Valencia o de Visit Valencia con titulación igual o superior al puesto objeto de la convocatoria.

El órgano selectivo no podrá constituirse ni actuar sin la asistencia, como mínimo, del 50% de sus miembros titulares o suplentes indistintamente.

El Órgano de selección tiene capacidad para la interpretación de las normas que rigen la presente convocatoria y resolverá de forma motivada todas las incidencias que puedan surgir en el desarrollo del proceso de selección.

PROCESO DE SELECCIÓN:

El proceso de selección será el de concurso-oposición, y constará de una fase de oposición, de carácter obligatorio y eliminatorio, y de una fase de concurso, de carácter obligatorio.

Sólo podrán participar en la fase de concurso las personas admitidas que hayan superado la fase de oposición.

- a) Oposición 50%
- b) Concurso 50%

FASE DE OPOSICIÓN: de carácter práctico y obligatorio. Hasta 20 puntos.

Consistirá en la resolución de un supuesto práctico a elegir entre dos propuestos por el Tribunal, relacionados con el desempeño práctico de las funciones, tareas y cometidos correspondientes al puesto de trabajo y que se expondrá de forma oral al finalizar la duración de la prueba, de acuerdo con el temario que se detalla en el anexo I.

En este ejercicio se valorará el rigor analítico, el conocimiento teórico de las materias desarrolladas, la capacidad de síntesis, las conclusiones expuestas, la claridad de ideas, la corrección en la expresión escrita y la aportación personal de la persona aspirante.

En este ejercicio se valorará el rigor analítico, el conocimiento teórico de las materias desarrolladas, la capacidad de síntesis, las conclusiones expuestas, la claridad de ideas, la corrección en la expresión oral y escrita y la aportación personal de la persona aspirante.

La duración de la prueba será determinada por el órgano de selección y comunicada a las personas aspirantes con carácter previo a la realización de la prueba.

La puntuación sobre la que se realiza la valoración de esta prueba es de 0 a 20 puntos, debiendo obtener una puntuación mínima de 10 para poder entender superada la prueba, que tendrá carácter eliminatorio sobre la siguiente fase.

FASE DE CONCURSO: Hasta 20 puntos.

Sólo podrán participar en la fase de concurso las personas admitidas que hayan superado la fase de oposición de conformidad con lo establecido en la presente convocatoria.

Se concederá un plazo de **7 días naturales** contados a partir del día siguiente de la publicación del listado definitivo de la fase de oposición para que se presente toda la documentación acreditativa de los méritos alegados en el currículum. Sólo se valorarán los méritos alegados en el currículum y obtenidos o computados hasta la fecha de finalización del plazo de presentación de solicitudes.

La puntuación en la fase de concurso de méritos será de un máximo de 20 puntos, distribuyéndose en base al siguiente baremo:

- Por experiencia profesional en puestos de trabajo con funciones similares a las propias del puesto convocado. **12 puntos máximo.**
 - a) Experiencia en puestos de trabajo de entidades del sector público: 0,10 puntos por mes completo
 - b) Experiencia en puestos de trabajo en empresas o entidades del sector privado: 0,075 puntos por mes completo

- Por méritos académicos y de formación. **8 puntos máximo.**
 - Por otros títulos académicos superiores 2 puntos máximo

Por estar en posesión de titulaciones académicas de nivel académico superior al exigido para el acceso al cuerpo, escala y categoría, la puntuación más alta de las siguientes:

 - Doctorado: 2 puntos
 - Máster universitario, licenciatura, ingeniería, arquitectura o equivalente: 1 puntos

Se valorará únicamente la titulación más alta que se acredite, con independencia del número de titulaciones valorables de que se dispute.

La equivalencia de las titulaciones deberá ser aportada por la persona mediante certificación expedida por la Administración educativa competente.

No se valorará, en ningún caso, la titulación aportada como requisito de acceso

- Por idioma adicional al exigido como requisito 2 puntos máximo

Plan antiguo	RD 967/1988	RD 1629/2006	Certificación MCER (LO 8/2013)	Puntuación
1.º Curso	1.º Ciclo Elemental	1.º Nivel Básico	1.º de A2	0,25
2.º Curso	2.º Ciclo Elemental	2.º Nivel Básico	2.º de A2	0,50
--	--	Certificado Nivel Básico	Certificado Nivel A2	
--	--	1.º Nivel Mitja	1.º de B1	0,75
3.º Curso	3.º Ciclo Elemental	2.º Nivel Mitja	2.º de B1	1
	Certificado Elemental	Certificado Nivel Mitja	Certificado Nivel B1	
4.º Curso	1.º Ciclo Superior	1.º Nivel Superior	1.º de B2	1,25
Revalida/ Título de idioma	2.º Ciclo Superior	2.º Nivel Superior	2.º de B2	1,5
	Certificado Aptitud	Certificado Nivel Superior	Certificado Nivel B2	
			Certificado Niveles C1 y C2	2

Para la acreditación de conocimientos de idiomas comunitarios las personas interesadas tendrán que aportar la correspondiente certificación expedida por la Secretaría de la Escuela Oficial de Idiomas o del Centro Universitario correspondiente, o entidad incluida en el Decreto 61/2013, de 17 de mayo, del Consell.

La valoración del conocimiento del idioma comunitario se efectuará puntuando exclusivamente el nivel más alto obtenido en cada uno de los idiomas comunitarios.

- Por cada curso de formación y perfeccionamiento 4 puntos máximo
 Relacionados con las tareas y funciones

De 300 o más horas	3,00 puntos
De 200 o más horas	2,00 puntos
De 100 o más horas	1,00 puntos
De 75 o más horas	0,75 puntos
De 50 o más horas	0,50 puntos
De 25 o más horas	0,25 puntos
De 15 o más horas	0,15 puntos

En ningún caso, se puntuarán los cursos pertenecientes a una carrera universitaria.

DESARROLLO DE LAS PRUEBAS:

Los aspirantes admitidos en el proceso de selección serán convocados para la realización de la prueba de oposición en el lugar, fecha y hora que se establezca en el momento de la publicación de la lista definitiva de personas admitidas a la realización de las pruebas.

Quedarán decaídas en su derecho cuando se personen en los lugares de celebración fuera del horario al que hubieran sido citadas o por inasistencia a las mismas, aun cuando se deba a causas justificadas.

RESULTADO FINAL Y FORMALIZACIÓN DEL CONTRATO:

La puntuación final del concurso-oposición se obtendrá sumando la puntuación obtenida en ambas fases.

Se configurará una lista, ordenada por puntuación de mayor a menor, siendo considerada la persona seleccionada para ocupar el puesto objeto de las bases de la presente convocatoria, la persona que haya obtenido la puntuación más alta de la suma de ambas fases.

En caso de empate, se dirimirá de la siguiente manera:

- 1ª) a la mayor puntuación obtenida en la fase de oposición.
- 2ª) a la mayor puntuación obtenida en los distintos apartados del baremo de concurso.

La convocatoria podrá declararse desierta en el caso de que ninguna persona candidata supere el presente proceso selectivo, de conformidad con lo expuesto en las presentes bases.

Finalizado el proceso de selección y una vez presentados los documentos requeridos, se procederá a la formalización del contrato.

La incorporación al puesto de trabajo se efectuará en el plazo máximo de cinco días naturales desde la formalización del contrato.

PUBLICIDAD DEL PROCESO:

Todas las comunicaciones correspondientes a este proceso de selección se publicarán en:

- Página web de Fundación Visit Valencia (<https://fundacion.visitvalencia.com/empleo>)
- Sede social de la Fundació Visit València de la Comunitat Valenciana, Avda. Corts Valencianes, 41, València.

BOLSA DE EMPLEO RESULTANTE:

Finalizado el proceso selectivo, se constituirá una bolsa de candidatos/as reserva para este puesto o similares en la Fundación Visit València.

Formará parte de la bolsa el personal que, habiendo participado en las pruebas selectivas de acceso, haya superado la prueba eliminatoria de oposición, conforme a lo indicado en los apartados anteriores, según el orden de prioridad que se obtenga por la puntuación total alcanzada en el proceso selectivo.

La vigencia de la bolsa empezará a contar a partir de la publicación del listado final de aspirantes y tendrá carácter indefinido hasta la constitución de una nueva bolsa.

ANEXO I: TEMARIO

Tema 1. Competencias de la Comunitat Valenciana en materia turística. Turisme Comunitat Valenciana. Naturaleza, organización y funciones. Competencias de la Administración local en materia de turismo.

Tema 2. Actuación municipal en materia de turismo. La organización de la administración turística en los municipios y provincias. Patronatos, Consorcios, etc.

Tema 3. Colaboración y cooperación en materia turística entre las administraciones públicas y el sector privado.

Tema 4. España como destino turístico: Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030. Objetivos de la estrategia. Fundamentos para un nuevo modelo turístico sostenible. Ejes estratégicos.

Tema 5. Marco Jurídico del turismo en la Comunitat Valenciana. Ley 15/2018, 7 de junio, de la Generalitat, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana. Estructura. Objeto y ámbito de aplicación. Gestión colaborativa y corresponsable: Gobernanza turística.

Tema 6. Ley 15/2018, 7 de junio, de la Generalitat, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana. Gestión colaborativa y corresponsable: Ética y hospitalidad: Derechos y obligaciones básicas.

Tema 7. Ley 15/2018, 7 de junio, de la Generalitat, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana. Desarrollo de la competitividad turística: el territorio como activo turístico de la Comunidad Valenciana. Planificación territorial de la actividad Turística.

Tema 8. Ley 15/2018, 7 de junio, de la Generalitat, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana. Impulso de la Competitividad Turística. Instrumentos para la promoción turística. Instrumentos para la gestión turística.

Tema 9. Ley 15/2018, 7 de junio, de la Generalitat, de turismo, ocio y hospitalidad de la Comunitat Valenciana. La actividad turística: Ordenación del sector turístico. Alojamiento turístico. Mediación turística. Entretenimiento y ocio. Difusión, asesoramiento e información.

Tema 10. El destino turístico. Una aproximación conceptual: Concepto y naturaleza de los destinos turísticos. El turismo como sistema: el sistema y sus elementos.

Tema 11. La gestión de los destinos turísticos. Principios de la gestión de destinos turísticos, su evolución. Actores implicados. La gestión de los destinos turísticos en la política turística autonómica, regional y local. Cooperación público-privada en la gestión del destino turístico.

Tema 12. Claves para la competitividad de los destinos turísticos. Destinos turísticos competitivos. Indicadores de competitividad de destinos. Experimentación turística y competitividad de los destinos.

Tema 13. Evolución de los destinos turísticos. Ciclo de vida. Gestión de calidad. Los distintivos de calidad y su aplicación al turismo. Implantación de sistemas de gestión en empresas e instituciones turísticas (calidad, sostenibilidad e innovación.) Gestión de la imagen y valor de la marca de los destinos turísticos.

Tema 14. El espacio del destino turístico: El Turismo como fenómeno espacial. Elementos básicos del espacio turístico. Factores de localización y desarrollo del turismo. Funcionalidad del espacio como destino turístico.

Tema 15. El turismo en la Comunitat Valenciana: la oferta turística; marco regulador de la actividad turística e indicadores de evolución.

Tema 16. El turismo en la Comunitat Valenciana: la demanda turística; derechos y deberes de los usuarios. Indicadores de evolución, perfil de comportamiento.

Tema 17. Modernización y diferenciación de empresas y establecimientos turísticos: incentivos a la inversión; marco regulador, objetivos y líneas de acción.

Tema 18. Dinamización del turismo en la Comunitat Valenciana desde las entidades locales: líneas de apoyo y colaboración; marco regulador, objetivos y tramitación de ayudas.

Tema 19. Promoción turística de la Comunitat Valenciana: Plan Estratégico de Turisme Comunitat Valenciana 2020-2025. Plan Anual de Marketing Turístico; objetivos y estrategias.

Tema 20. La Fundación Visit València. Naturaleza, organización y funciones. Memoria de Actividades y Plan de Actuaciones.

Tema 21. El elemento subjetivo de la promoción turística. El sector público y las empresas privadas. Especial referencia a los actores de la promoción turística autonómica, provincial y local de la Comunitat Valenciana.

Tema 22. La Comunitat Valenciana como producto turístico global. Principales productos turísticos valencianos. Clasificación y especial referencia al turismo de sol y playa, urbano, deportivo, gastronómico, idiomático, eventos, fiestas y de salud. Los clubes de producto: experiencias en la Comunitat Valenciana.

Tema 23. Los Mercados Turísticos. Principales mercados turísticos de la Comunitat Valenciana; el mercado interior: local y nacional. Los mercados internacionales.

Tema 24. El Mercado Turístico español. Principales mercados emisores de turistas a la Comunitat Valenciana, especialmente en la ciudad de València. Clasificación y características propias de cada uno.

Tema 25. El Mercado Turístico internacional (I). Principales mercados emisores de turistas a la Comunitat Valenciana, especialmente en la ciudad de València. Clasificación y características propias de cada uno. Especial referencia a los mercados maduros.

Tema 26. El Mercado Turístico internacional (II). Mercados emergentes y mercados lejanos. Clasificación y características propias de cada uno.

Tema 27. El producto turístico. Concepto y características. Creación y desarrollo de productos turísticos locales. Ciclo de vida de un producto turístico.

Tema 28. Recursos turísticos de la ciudad de Valencia. Fiestas y Festivales de Valencia y de la Comunitat Valenciana. La Declaración de Fiesta de Interés Turístico. Los Patrimonios de la Humanidad de la Comunitat Valenciana declarados por la UNESCO.

Tema 29. España, Comunitat Valenciana como destino y producto turístico. Análisis comparativo y caracterización de los principales destinos y productos turísticos del mercado español, de la Comunitat Valenciana y de la ciudad de Valencia.

Tema 30. La demanda turística en España, la Comunidad Valenciana y la ciudad de Valencia. Procedencia y perfil del turista en la ciudad de Valencia. Principales segmentos de turismo en Valencia.

Tema 31. Las herramientas de promoción turística (I): clasificación general: herramientas orientadas al consumidor final y herramientas orientadas a profesionales del sector.

Tema 32. Las herramientas de promoción turística (II): las ferias. Clasificación y análisis de las ferias turísticas. Planificación, organización, ejecución y asistencia a las ferias. El calendario de ferias. El Papel de Turespaña. Ferias nacionales y ferias internacionales. Ferias de participación propia y ferias de participación conjunta con Turespaña.

Tema 33. Las herramientas de promoción turística (III): los viajes de familiarización. El Programa destino Comunitat Valenciana y destino València. Clasificación y análisis de esta herramienta. Planificación, organización, ejecución de los viajes de familiarización.

Tema 34. Las herramientas de promoción turística (IV): los workshops y presentaciones de destino. Clasificación y análisis de estas herramientas. Planificación, organización y ejecución. Las acciones de street marketing. Clasificación y análisis de esta herramienta. Planificación, organización y ejecución. Herramientas de promoción turística: Internet y las nuevas tecnologías. El entorno 2.0. Los blogs turísticos.

Tema 35. Las herramientas de promoción turística (V): los corresponsales de promoción de la Comunitat Valenciana. Los eventos, congresos y reuniones profesionales.

Tema 36. Nuevas tecnologías aplicadas a la información turística. El papel de Internet en la comercialización y promoción de destinos y empresas turísticas. Redes sociales y Marketing On-line.

Tema 37. Renovación y recualificación de los destinos turísticos. Estrategias para el desarrollo sostenible de los destinos turísticos. Destinos turísticos sostenibles y sustentables.

Tema 38. Técnicas de evaluación y control para la sostenibilidad de los espacios turísticos. Técnicas e instrumentos para la gestión ambiental en turismo. Evaluación de las capacidades de carga y acogida. Recuperación ambiental revitalización y posicionamiento competitivo.

Tema 39. Fuentes estadísticas oficiales en materia de turismo: Estado Español, Comunitat Valenciana y València.

Tema 40. Ordenanza Reguladora de la Ocupación del Dominio Público Municipal de València: objeto, ámbito de aplicación, procedimiento general de ocupación del dominio público municipal.

Tema 41. Rodajes audiovisuales y reportajes fotográficos en dominio público municipal en València. Supuestos sujetos a autorización, solicitud, condiciones y obligaciones: Ordenanza Reguladora del Dominio Público Municipal.

Tema 42. Principios de la protección de datos de carácter personal y derecho de las personas.

Tema 43. La Ley de protección intelectual. De los derechos de autor: Disposiciones generales, sujeto, objeto y contenido, duración transmisión de los derechos y su protección. Contrato de edición.

Tema 44. Ley General de Subvenciones: procedimiento de gestión y justificación de la subvención pública. Procedimiento de gestión presupuestaria. Reintegro de subvenciones. Control financiero de las subvenciones.

Tema 45. Origen y evolución de la comunicación institucional. Naturaleza de la comunicación institucional. Papel de la comunicación en las instituciones.

Tema 46. La estrategia de comunicación institucional. El Gabinete de Comunicación: Evolución, Estructura, organización, funcionamiento.

Tema 47. Los gabinetes de comunicación en instituciones públicas: Las relaciones de las instituciones públicas y los medios de comunicación: canales formales e informales. Preparación de encuentros de representantes institucionales con/en los medios de comunicación (nota de prensa, ruedas de prensa, intervenciones en medios de comunicación, entrevistas).

Tema 48. Gestión de la información en las instituciones (I): La comunicación interna. Objetivo, estrategia y herramientas.

Tema 49. Gestión de la información en las instituciones (II): la comunicación externa. Objetivo, estrategia y herramientas.

Tema 50. El plan de comunicación. Contenido, objetivos y cronograma de desarrollo.

Tema 53. La comunicación de crisis. Concepto. Tipos de crisis. Comunicación preventiva frente a comunicación reactiva. Plan de comunicación de crisis.

Tema 54. Comunicación digital y aplicaciones en la comunicación corporativa: El impacto de la tecnología en la comunicación. La comunicación digital institucional: conceptos. Diferencias entre comunicación digital y periodismo tradicional.

Tema 55. Branding: la gestión del valor de una marca.

Tema 56. Igualdad de género y lenguaje inclusivo en la comunicación corporativa y publicitaria

Tema 57. Las Tecnologías de la Información y Comunicación al servicio de la comunicación institucional: medios y herramientas de comunicación con la ciudadanía.

Tema 58. Responsabilidad Social Corporativa. Concepto, Principios y Evaluación. Ámbito y Dimensiones de la Responsabilidad Social.

Tema 59. Redes Sociales. Comunidad en las organizaciones. Tipos de redes sociales. Funcionalidades de las distintas redes sociales. Pautas de utilización.

Tema 60. La evaluación de la presencia en redes sociales: Social media ROI: concepto, beneficios y costes. Identidad y reputación online. La escucha activa. Herramientas de análisis y monitorización.

Tema 61. Proceso de elaboración de noticias para la página web.

Tema 62. Otras herramientas de comunicación digital. Boletines digitales, mensajería instantánea y RSS. Concepto y utilidad. Funcionalidades más importantes.

Tema 63. La publicidad: La creación del mensaje publicitario. Elaboración de una campaña de comunicación institucional. Planificación y seguimiento. Estrategias promocionales. Evaluación del impacto. Marketing digital.

Tema 64. Visibilidad institucional. Patrocinio, sponsoring y mecenazgo.