



DATOS IDENTIFICATIVOS				2019/20	
Asignatura	Comercialización de Productos Turísticos			Código	662G01031
Titulación	Grao en Turismo				
Descritores	Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos
	Grado	1º cuatrimestre	Cuarto	Obligatoria	6
Idioma	Castellano Gallego				
Prerrequisitos					
Departamento					
Coordinador/a	Fernandez Fernandez, Javier Luis		Correo electrónico	javier.fernandez4@udc.es	
Profesorado	Fernandez Fernandez, Javier Luis		Correo electrónico	javier.fernandez4@udc.es	
Web	http://crodriguezv@udc.es				
Descripción general	El objetivo de la asignatura es analizar los aspectos específicos de la comercialización en el sector turístico. El contenido se estructura en las siguientes partes: Dirección comercial; Concepto de Revenue: desde el punto de vista de la política de precios; Determinación de la política de distribución turística: canales de distribución turística y su funcionamiento; Negociación con proveedores; CRM: políticas de fidelización del cliente y Técnicas de ventas.				

COMPETENCIAS DEL TÍTULO

Código Competencias del título: Específicas

A6	Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
A11	Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.
A24	Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico.
A33	Creatividad.
A34	Iniciativa y espíritu emprendedor.

Código Competencias del título: Básicas / Generales

B1	Capacidad de análisis y síntesis.
B2	Comunicación oral y escrita en lengua nativa.
B3	Resolución de problemas.
B4	Razonamiento crítico.
B5	Compromiso ético.
B6	Aprendizaje autónomo.
B7	Adaptación a nuevas situaciones.

Código Competencias del título: Transversales / Nucleares

C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C2	Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero.
C3	Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
C4	Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.
C5	Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
C6	Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.
C7	Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.
C8	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Resultados de aprendizaje	Competencias del título		
Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.	A11		
Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico.	A24		
Tener una marcada orientación de servicio al cliente.	A6		
Creatividad.	A33		
Iniciativa y espíritu emprendedor.	A34		
Capacidad de análisis y síntesis. Comunicación oral y escrita en lengua nativa. Resolución de problemas. Razonamiento crítico. Compromiso ético. Aprendizaje autónomo. Adaptación a las nuevas situaciones.		B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7	

Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma. Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero. Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida. Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común. Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras. Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse. Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida. Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

C1
C2
C3
C4
C5
C6
C7
C8

CONTENIDOS

Tema	Subtema
TEMA 1: Aspectos Específicos de la Comercialización del Turismo	Aspectos Específicos de la Comercialización del Turismo

TEMA 2 : Comercialización de Productos Turísticos: la Distribución en los Productos Turísticos	Comercialización de Productos Turísticos: la Distribución en los Productos Turísticos
TEMA 3 : La importancia de las Tic,s en la Comercialización de Productos Turísticos	La importancia de las Tic,s en la Comercialización de Productos Turísticos

PLANIFICACIÓN				
Metodologías / pruebas	Competencias	A Horas presenciales	B Horas no presenciales / trabajo autónomo	C (A+B) Horas totales
Sesión magistral	A11 A24 B3 C3 C4 C5 C7	21	51	72
Seminario	A6 A33 A34 B1 B2 B4 B5 B6 B7 C1 C2	25	50	75
Prueba de respuesta múltiple	C6 C8	1	0	1
.....				
Atención personalizada		2	0	2
.....				

(*) Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

METODOLOGÍAS	
Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Modalidad Presencial En estas sesiones se trabajarán los contenidos que integran el marco teórico de la materia, mediante exposición oral del docente. Para eso se utilizarán medios audiovisuales. El objetivo de estas sesiones es favorecer el aprendizaje del alumno.
	Modalidad On Line En esta modalidad no hay sesión magistral
Seminario	Modalidad Presencial En los seminarios se desarrollarán estudios de casos con esta metodología diseñada para promover el aprendizaje autónomo de los estudiantes. Se pretende que los estudiantes asuman responsabilidad por su propio aprendizaje. Alrededor de los diferentes temas explicados en las sesiones magistrales y se propondrá la realización de un trabajo individual o en grupo.
	Modalidad On line Se desarrollarán estudios de caso para que el alumno siga la asignatura y afiance el aprendizaje. También se realizarán foros de discusión entre los alumnos.
Prueba de respuesta múltiple	Prueba escrita utilizada para la evaluación del aprendizaje, cuyo trazo distintivo es la posibilidad de determinar si las respuestas dadas son o no correctas. Consistirá en la realización de un examen que versará sobre aspectos teórico, prácticos o teórico-prácticos correspondientes a los temas desarrollados en las sesiones magistrales y en el estudio de casos. Examen tipo test de respuesta múltiple donde una sola opción es correcta. las preguntas mal contestadas penalizan un tercio del valor de la pregunta

ATENCIÓN PERSONALIZADA

Metodologías	Descripción
Seminario	<p>Modalidad Presencial</p> <p>Las clases se verán complementadas con la posibilidad para el alumno de acudir a las tutorías fuera del aula, donde el profesor procederá a tratar individual y personalmente, las posibles dudas que pudieran surgir de la materia. Se trata de una participación obligatoria para el alumnado</p> <p>La forma y el momento en que se desarrollará se indicará en relación a cada actividad a lo largo del curso segundo el plan de trabajo de la materia</p> <p>Modalidad On Line</p> <p>A través de la plataforma Moodle, el tutor tendrá un contacto continuo con el alumno para resolver las dudas que tenga, y aclarar conceptos.</p>

EVALUACIÓN			
Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Seminario	A6 A33 A34 B1 B2 B4 B5 B6 B7 C1 C2	En relación con los trabajos tutelados se valorará: El ajuste de la presentación a las instrucciones; La calidad formal de la presentación; La calidad y creatividad de los contenidos de la presentación; La amplitud y pertinencia de las fuentes de información utilizadas más allá de las indicadas y la calidad de las respuestas en el turno de preguntas que seguirá a la presentación	30
Prueba de respuesta múltiple	C6 C8	La prueba objetiva consistirá en el desarrollo de un examen práctico y tipo test de respuesta múltiple donde una sola opción es correcta. Esta prueba será sobre cuestiones interrelacionadas que implicarán un tratamiento global e integrado de los contenidos abordados a lo largo de la materia. Las preguntas mal contestadas penalizan un tercio del valor de la pregunta	70

Observaciones evaluación

Modalidad Presencial

La evaluación de esta asignatura consta de 3 partes:

- Asistencia a clase. Igual o superior a un 85%. Se evaluará con un 20%
- Trabajo tutelado individual o en grupo. Se evaluará sobre un 40%.
- Examen final, tipo test y preguntas a desarrollar. Se evaluará sobre un 40%.

Para aprobar la asignatura se debe aprobar el trabajo y el examen.

Aquel alumno que no tenga la puntuación de asistencia, o no elabore el trabajo, no podrá presentarse al examen. En este caso tendría que ir a la convocatoria de Julio con toda la materia. Aquellos alumnos que suspendan, se les mantendrá la nota del trabajo, y el examen tendría un valor de un 60%.

Los alumnos que no realizasen el trabajo, tendrán otro tipo de examen.

En el caso de un alumno con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial, se le evaluará por un único examen a final de cuatrimestre, quedando exento de los trabajos y actividades desarrolladas durante el curso.

Modalidad On Line

La evaluación de esta asignatura consta de 3 partes:

a) Realización de casos prácticos y participación en foros. Igual o superior a un 85%. Se evaluará con un 20%

b) Trabajo Final tutelado. Se evaluará sobre un 40%.

c) Examen final, tipo test y preguntas a desarrollar. Se evaluará sobre un 40%.

Para aprobar la asignatura se debe aprobar el trabajo y el examen.

El alumno que aprueba el trabajo y suspenda el examen, se le mantendrá la nota del trabajo para la siguiente convocatoria.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Básica

Acerenza, Miguel A. (2006): *Fundamentos de Marketing Turístico*. Sevilla. Trillas.

Alcázar Martínez, B (2002): *Los canales de distribución en el sector turístico*. Esic. Madrid

Altés Machín, Carmen (1993): *Marketing y turismo: Introducción al Marketing de empresas y destinos turísticos*. Serie Gestión turística. Madrid: Ed. Síntesis

Bote, V. y Álvarez, R. (2000): *Promoción y comercialización del turismo de la ciudad de Sevilla: diagnóstico y orientaciones estratégicas*. Universidad de Alcalá. Documentos de trabajo serie A, nº 20018.

Ejarque, Josep (2005): *Destinos Turísticos de éxito. Diseño, creación y marketing*. Madrid. Pirámide.

Iglesias Tovar, Juan Ramón (1998): *Comercialización de productos servicios turísticos*. Ciclos formativos: Hostelería y Turismo. Madrid: Ed. Síntesis.

Kotler, P.; J. Bowen; J. Makens; R. Rufín y D. Reina (2003): *Marketing para Turismo*. 3ª edición. Madrid: Pearson. Prentice Hall.

Mediano Serrano, Lucía (2000): *Marketing turístico*. Aguirre García, M.S. (ed.), Marketing en sectores específicos: 188-192. Madrid: Ed. Pirámide

Seguí Llinas, M. (2001): *La actividad turística española en 2000*: 489-498. Edición 2001. Madrid: AECIT. [V.1.4]

Serra Cantallops, Antoni (2002): *Marketing turístico*. Madrid: Ed. Pirámide.

Valls, J.F. (1996): *Las claves del mercado turístico*. Deusto. Bilbao

Complementaria

RECOMENDACIONES

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Asignaturas que continúan el temario