



Teaching Guide				
Identifying Data				2015/16
Subject (*)	Intermediación turística e transporte I	Code	662G01013	
Study programme	Grao en Turismo			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Graduate	1st four-month period	Second	Obligatoria	6
Language	Spanish			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department				
Coordinador	Rodríguez Pallas, Angel	E-mail	angel.rodriguez.pallas@udc.es	
Lecturers	Rodríguez Pallas, Angel	E-mail	angel.rodriguez.pallas@udc.es	
Web				
General description	O obxectivo da materia é describir, detallar e coñecer os elementos principais da xestión de intermediación e distribución dos produtos e servizos turísticos nas axencias de viaxes, físicas e virtuais, tendo en conta o espazo no que se desenvolven na actualidade, as infraestruturas, o marco legal, as novas tecnoloxías e os procedementos operativos.			

Study programme competences	
Code	Study programme competences
A3	Comprender o carácter dinámico e evolutivo do turismo e da nova sociedade do lecer.
A5	Converter un problema empírico nun obxecto de investigación e elaborar conclusións.
A6	Ter unha marcada orientación de servizo ao cliente.
A7	Recoñecer os principais axentes turísticos.
A11	Definir obxectivos, estratexias e políticas comerciais.
A12	Dirixir e xestionar (management) os distintos tipos de entidades turísticas.
A13	Manexar técnicas de comunicación.
A14	Comprender o marco legal que regula as actividades turísticas.
A18	Identificar e xestionar espazos e destinos turísticos.
A22	Coñecementos a adquirir no ámbito dos procedementos operativos das empresas de intermediación.
A24	Utilizar e analizar as tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) nos distintos ámbitos do sector turístico.
A32	Detectar necesidades de planificación técnica de infraestruturas e instalacións turísticas.
A33	Creatividade.
A34	Iniciativa e espírito emprendedor.
A35	Motivación por calidade.
B1	Capacidade de análise e síntese.
B2	Comunicación oral e escrita en lingua nativa.
B3	Resolución de problemas.
B4	Razoamento crítico.
B5	Compromiso ético.
B6	Aprendizaxe autónoma.
B7	Adaptación a novas situacións.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas oficiais da comunidade autónoma.
C2	Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro.
C3	Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.
C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común.
C5	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.
C6	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.



C7	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

Learning outcomes			
Learning outcomes	Study programme competences		
Capacidade de análise e síntese. Comunicación oral e escrita na lingua nativa. Solución de problemas. Pensamento Crítico. Aprendizaxe autónoma.		B1 B2 B3 B4 B6	
Compromiso ético.		B5 B7	
Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.	A3 A6		
Convertir un problema empírico en un objetiv de investigación y elaborar conclusiones. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales. Reconocer los principales agentes turísticos. Conocimientos para adquirir en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación. Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico.	A5 A7 A11 A12 A13 A14 A18 A22 A24 A32		
Creatividad. Iniciativa y espíritu emprendedor. Motivación por la calidad.	A33 A34 A35		
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. Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común. Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras. Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse. Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida. Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.			C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8

Contents	
Topic	Sub-topic
Unidade didáctica I: A distribución comercial no sector turístico.	Tema 1. Introducción á distribución turística. Tema 2. A canle de distribución no sector turístico.



Unidade didáctica 2: Estructura da distribución comercial no sector turístico .	Tema 3. As axencias de viaxes na distribución turística. Tema 4. Os tour operadores na distribución turística. Tema 5. Os GDS e los CRS na distribución turística. Tema 6. As centrais de reservas na distribución turística
Unidad didáctica 3: A distribución comercial ante os cambios no sector turístico.	Tema 7. As tecnoloxías e a distribución turística.
Unidade didáctica 4: A intermediación das axencias de viaxes	Tema 8: Intermediación na venda de transporte aéreo Tema 9: Intermediación na venda de transporte marítimo Tema 10: Intermediación na venda de transporte ferroviario Tema 11: Intermediación na venda de transporte de carretera Tema 12: Intermediación na venda de aloxamentos turísticos e restauración. Tema 13: Intermediación na venda de Viaxes Combinadas. Tema 14: Intermediación na venda de outros servizos turísticos.

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A3 A6 A7 A11 A12 A13 A14 A18 A24 A32 A35 B2 B5 C2 C3 C4 C5 C7 C8	21	0	21
Supervised projects	A22 A24 A32 A34 B1 B3 B4 B6 B7 C6	23	92	115
Oral presentation	A13 A33 B4 C1	2	4	6
Mixed objective/subjective test	A5 A12 A22 A24 B3 B4 C1	2	4	6
Personalized attention		2	0	2

(\* )The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description
Guest lecture / keynote speech	Exposición oral complementada co uso de medios audiovisuais e a introdución de algunhas preguntas dirixidas aos estudantes, coa finalidade de transmitir coñecementos e facilitar a aprendizaxe.
Supervised projects	Metodoloxía deseñada para promover a aprendizaxe autónoma dos estudantes, baixo a tutela do profesor e en escenarios variados. Está referida prioritariamente ao aprendizaxe do ?cómo facer as cousas?. Constitúe unha opción baseada na asunción polos estudantes da responsabilidade pola súa propia aprendizaxe. Este sistema de ensino baséase en dous elementos básicos: a aprendizaxe independente dos estudantes e o seguimento desa aprendizaxe polo profesor-titor. Realizaranse traballos tutelados relacionados co contido da materia..
Oral presentation	Intervención inherente aos procesos de ensino-aprendizaxe baseada na exposición verbal a través da que o alumnado e profesorado interactúan dun modo ordenado, propoñendo cuestións, facendo aclaracións e expoñendo temas, traballos, conceptos, feitos ou principios de forma dinámica.
Mixed objective/subjective test	Proba que integra preguntas obxectivas de teoría e problemas prácticos.

Personalized attention	
Methodologies	Description



Supervised projects	As clases veranse complementadas coa posibilidade para o alumno de acudir a titorías fóra da aula, onde o profesor procederá a tratar individual e personalizadamente, as posibles dúbidas que puidesen xurdir da materia.  Trátase dunha participación obrigatoria para o alumnado
---------------------	---

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Oral presentation	A13 A33 B4 C1	Presentación oral dos traballos tutelados. Valorarase: O axuste da presentación ás instrucións; A calidade e creatividade dos contidos da presentación; A amplitude e pertinencia das fontes de información utilizadas máis aló das indicadas e a calidade das respostas na quenda de preguntas que seguirá á presentación. Non realizar a presentación oral dun traballo supón a perda da porcentaxe correspondente da nota final.	10
Supervised projects	A22 A24 A32 A34 B1 B3 B4 B6 B7 C6	Realización dun ou varios traballos tutelados relacionados cos bloques de contidos da materia. Valorarase: O axuste da presentación ás instrucións; A calidade formal da presentación; A calidade e creatividade dos contidos da presentación; A amplitude e pertinencia das fontes de información utilizadas máis aló das indicadas. Non entregar un traballo supón a perda da porcentaxe correspondente da nota final.	40
Mixed objective/subjective test	A5 A12 A22 A24 B3 B4 C1	Realización dunha proba mixta que recolla os contidos teóricos e prácticos dos diversos bloques temáticos da materia.	50

Assessment comments
<p>A nota final da asignatura calcularase da forma seguinte:</p> <p>Avaliación continua: como aparece descrito no cadro superior: proba obxectiva (50%), contidos do traballo tutelado (40%) e exposición oral do traballo tutelado (10%). A proba obxectiva ten que ter unha nota igual ou superior a 5 puntos para facer media co resto. Ademais, para aprobar a materia, Intermediación I ou II ou Comercialización, todos os alumnos deberán pasar un período de formación práctica de dous meses nunha empresa de intermediación. Estas prácticas poderán desenrollarse ao longo do segundo, terceiro ou cuarto curso de xeito indistinto.</p>

Sources of information
<p><b>Basic</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Albert Piñole, Isabel (2015). Gestión de viajes, servicios y productos turísticos. Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid.</li> <li>- Ameigeiras Martínez, Celia (2014). Comercialización y venta de servicios turísticos. Editorial Síntesis, Madrid.</li> <li>- Del Alcázar Martínez, Benjamin (2002). Los canales de distribución en el sector turístico. Editorial ESIC, Madrid.</li> <li>- De Borja Solé, Luis y Gomis, Joan Miquel (2009). El nuevo paradigma de la intermediación turística. Editorial Pirámide, Madrid.</li> <li>- Iglesias Tovar, Juan Ramon (2007). Comercialización de productos y servicios turísticos. Editorial Síntesis, Madrid.</li> <li>- Mitre Aranda, María (2006). La producción e intermediación turística en el sector de las agencias de viajes. Ediciones de la Universidad de Oviedo, Oviedo.</li> </ul>



<b>Complementary</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- De Pablo Redondo, Rosana (2004). Las nuevas tecnologías aplicadas al turismo. Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid.</li><li>- Voleger Ruiz, Carlos y Hernandez Armand, Enrique (2000). El mercado turístico: estructura, operaciones y procesos de producción. Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid.</li></ul>
----------------------	--

## Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Subjects that are recommended to be taken simultaneously

Subjects that continue the syllabus

Other comments

(\*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.