



Teaching Guide				
Identifying Data			2016/17	
Subject (*)	Comercialización de Produtos Turísticos	Code	662G01031	
Study programme	Grao en Turismo			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Graduate	1st four-month period	Fourth	Obligatoria	6
Language	SpanishGalician			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department				
Coordinador	Fernández Fernández, Javier	E-mail	javierfernandez@udc.es	
Lecturers	Fernández Fernández, Javier	E-mail	javierfernandez@udc.es	
Web	crodriguezv@udc.es			
General description	O obxectivo da materia é analizar os aspectos específicos da comercialización no sector turístico. O contido estrutúrase nas seguintes partes: Dirección comercial; Concepto de Revenue: desde o punto de vista da política de prezos; Determinación da política de distribución turística: canles de distribución turística e o seu funcionamento; Negociación con provedores; CRM: políticas de fidelización do cliente e Técnicas de vendas.			

Study programme competences	
Code	Study programme competences
A6	Ter unha marcada orientación de servizo ao cliente.
A11	Definir obxectivos, estratexias e políticas comerciais.
A24	Utilizar e analizar as tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) nos distintos ámbitos do sector turístico.
A33	Creatividade.
A34	Iniciativa e espírito emprendedor.
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
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.		B1	
Comunicación oral y escrita en lengua nativa.		B2	
		B3	
		B4	
Resolución de problemas.		B5	
		B6	
Razonamiento crítico.		B7	
Compromiso ético.			
Aprendizaje autónomo.			
Adaptación a las nuevas situaciones.			
Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.			C1
Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero.			C2
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.			C3
			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
			C6
			C7
Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.			C8
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.			

Contents	
Topic	Sub-topic
TEMA 1: Aspectos Específicos da Comercialización do Turismo	Aspectos Específicos da Comercialización do Turismo
TEMA 2 : Comercialización de Productos Turísticos:	A Distribución nos Productos Turísticos
TEMA 3 : A importancia das TIC,s n Comercialización de Productos Turísticos	A importancia das TIC,s n Comercialización de Productos Turísticos

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Guest lecture / keynote speech	A11 A24 B3 C3 C4 C5 C7	21	51	72
Seminar	A6 A33 A34 B1 B2 B4 B5 B6 B7 C1 C2	25	50	75
Multiple-choice questions	C6 C8	1	0	1
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	Nestas sesións traballaranse os contidos que integran o marco teórico da materia, mediante exposición oral do docente. Para iso utilizaranse medios audiovisuais. O obxectivo destas sesións é favorecer a aprendizaxe do alumno.
Seminar	Nos seminarios desenvolveranse estudos de casos con esta metodoloxía deseñada para promover a aprendizaxe autónoma dos estudantes. Preténdese que os estudantes asuman responsabilidade pola súa propia aprendizaxe. Ao redor dos diferentes temas explicados nas sesións maxistrais e proporase a realización dun traballo individual ou en grupo.
Multiple-choice questions	Proba escrita utilizada para a avaliación da aprendizaxe, cuxo trazo distintivo é a posibilidade de determinar se as respostas dadas son ou non correctas. Consistirá na realización dun exame que versará sobre aspectos teórico, prácticos ou teórico-prácticos correspondentes aos temas desenvolvidos nas sesións maxistrais e no estudo de casos. Exame tipo test de resposta múltiple onde unha soa opción é correcta. as preguntas mal contestadas penalizan un terzo do valor da pregunta

## Personalized attention

Methodologies	Description
Seminar	As clases veranse complementadas coa posibilidade para o alumno de acudir a tutorías fose 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  A forma e o momento en que se desenvolverá indicárase en relación a cada actividade ao longo do curso segundo o plan de traballo da materi

## Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Seminar	A6 A33 A34 B1 B2 B4 B5 B6 B7 C1 C2	En relación cos traballos tutelados valorárase: 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 e a calidade das respostas na quenda de preguntas que seguirá á presentación	30
Multiple-choice questions	C6 C8	A proba obxectiva consistirá no desenvolvemento dun exame práctico e tipo test de resposta múltiple onde unha soa opción é correcta. Esta proba será sobre cuestións interrelacionadas que implicarán un tratamento global e integrado dos contidos abordados ao longo da materia As preguntas mal contestadas penalizan un terzo do valor da pregunta	70

## Assessment comments



A avaliación desta asignatura consta de 3 partes:

- a) Asistencia a clase. Igual o superior a un 85%. Evaluarase cun 20%
- b) Traballo tutelado individual o en grupo. Evaluará sobre un 40%.
- c) Examen final, tipo test e preguntas a desenvolver. Evaluarase sobre un 40%.

Para aprobar a asignatura debese aprobar o traballo e o examen.

Aquel alumno que non teña a puntuación de asistencia, o non elabore o traballo, non poderá presentarse o examen. Neste caso tería que ir a convocatoria de Xullo con toda a materia. Aqueles alumnos que suspendan, se lles mantendrá a nota do traballo, e o examen tera un valor dun 60%.

Os alumnos que no realizasen o traballo, tendrán outro tipo de examen.

No caso dun alumno con recoñecemento de dedicación a tempo parcial, evaluarase por un único examen o final do cuatrimestre, quedando exento dos traballos e actividades desenvolvidas durante o curso.

### Sources of information

<b>Basic</b>	<p>Acerenza, Miguel A. (2006): Fundamentos de Marketing Turístico. Sevilla. Trillas.</p> <p>Alcázar Martínez, B (2002): Los canales de distribución en el sector turístico. Esic. Madrid</p> <p>Altés Machín, Carmen (1993): Marketing y turismo: Introducción al Marketing de empresas y destinos turísticos. Serie Gestión turística. Madrid: Ed. Síntesis</p> <p>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, nº20018.</p> <p>Ejarque, Josep (2005): Destinos Turísticos de éxito. Diseño, creación y marketing. Madrid. Pirámide.</p> <p>Iglesias Tovar, Juan Ramón (1998): Comercialización de productos servicios turísticos. Ciclosformativos: Hostelería y Turismo. Madrid: Ed. Síntesis.</p> <p>Kotler, P.; J. Bowen; J. Makens; R. Rufin y D. Reina (2003): Marketing para Turismo. 3ª edición. Madrid: Pearson. Prentice Hall.</p> <p>Mediano Serrano, Lucía (2000): Marketing turístico. Aguirre García, M.S. (ed.), Marketing en sectores específicos: 188-192. Madrid: Ed. Pirámide</p> <p>Seguí Llinas, M. (2001): La actividad turística española en 2000: 489-498. Edición 2001. Madrid: AECIT. [V.1.4]</p> <p>Serra Cantallops, Antoni (2002): Marketing turístico. Madrid: Ed. Pirámide.</p> <p>Valls, J.F. (1996): Las claves del mercado turístico. Deusto. Bilbao</p>
<b>Complementary</b>	

### 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.