



Teaching Guide

Identifying Data				2019/20
Subject (*)	Tourist Product Commercialisation	Code	662G01031	
Study programme	Grao en Turismo			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Graduate	1st four-month period	Fourth	Obligatory	6
Language	SpanishGalician			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department				
Coordinador	Fernandez Fernandez, Javier Luis	E-mail	javier.fernandez4@udc.es	
Lecturers	Fernandez Fernandez, Javier Luis	E-mail	javier.fernandez4@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 / results

Code	Study programme competences / results
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 / results
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

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 / Results	Teaching hours (in-person & virtual)	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



<p>Guest lecture / keynote speech</p>	<p>Modalidade Presencial 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.</p> <p>Modalidade On Line Nesta modalidade non hai sesión maxistral</p>
<p>Seminar</p>	<p>Modalidade Presencial 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 maxistras e propórase a realización dun traballo individual ou en grupo.</p> <p>Modalidad On line Desarrollaranse estudos de casos para que o alumno siga a asignatura e afiance o aprendizaxe. Tamén realizaranse foros de discusión entre os alumnos.</p>
<p>Multiple-choice questions</p>	<p>Modalidade Presencial 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 maxistras e no estudo de casos. Exame tipo test</p> <p>Modalidade On Line Consistirá na realización dun examen que versará sobre os aspectos teórico, prácticos ou teórico-prácticos correspondentes os temas analizados durante o curso. Examen tipo test.</p>

Personalized attention

Methodologies	Description
<p>Seminar</p>	<p>Modalidade Presencial 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</p> <p>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 materia</p> <p>Modalidad On Line A través da plataforma Moodle, o tutor tendrá un contacto continuo co alumno para resolver as dúbidas que teña, e aclarar conceptos.</p>

Assessment

Methodologies	Competencies / Results	Description	Qualification
<p>Seminar</p>	<p>A6 A33 A34 B1 B2 B4 B5 B6 B7 C1 C2</p>	<p>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</p>	<p>30</p>



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

Modalidade Presencial

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 débese 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.

Modalidade On Line

A avaliación desta asignatura consta de 3 partes:

- a) Realización de casos prácticos e participación nos foros. Igual ou superior a un 85%. Evaluarase cun 20%
- b) Traballo Final tutelado. Evaluarase sobre un 40%.
- c) Examen final, tipo test e preguntas a desenvolver. Evaluarase sobre un 40%.

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

O alumno que apruebe o traballo e suspendaol examen, mantendraselle a nota do traballo para a seguinte convocatoria.

Sources of information

Basic	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, nº20018. Ejarque, Josep (2005): Destinos Turísticos de éxito. Diseño, creación y marketing. Madrid. Pirámide. Iglesias Tovar, Juan Ramón (1998): Comercialización de productos servicios turísticos. Ciclosformativos: Hostelería y Turismo. Madrid: Ed. Síntesis. Kotler, P.; J. Bowen; J. Makens; R. Rufin 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
Complementary	

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.