



Teaching Guide

Teaching Guide				
Identifying Data				2020/21
Subject (*)	Tourist Intermediation and Transport II		Code	662G01021
Study programme	Grao en Turismo			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Graduate	2nd four-month period	Third	Obligatory	6
Language	Galician			
Teaching method	Face-to-face			
Prerequisites				
Department				
Coordinador	Caamaño Franco, Iria	E-mail	iria.caamano@udc.es	
Lecturers	Caamaño Franco, Iria	E-mail	iria.caamano@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, de receptivo e especializadas, tendo en conta o espazo no que se desenvolven na actualidade, as infraestruturas, o marco legal, as novas tecnoloxías e os procedementos operativos. Abordarase tamén a organización e xestión dos eventos por parte dos intermediarios turísticos.			
Contingency plan	1. Modifications to the contents 2. Methodologies *Teaching methodologies that are maintained *Teaching methodologies that are modified 3. Mechanisms for personalized attention to students 4. Modifications in the evaluation *Evaluation observations: 5. Modifications to the bibliography or webgraphy			

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.			B1
Comunicación oral e escrita na lingua nativa.			B2
Solución de problemas.			B3
Pensamento Crítico.			B4
Aprendizaxe autónoma.			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.		A5	
Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.		A7	
Reconocer los principales agentes turísticos.		A11	
Conocimientos para adquirir en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación.		A12	
Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico.		A13	
		A14	
		A18	
		A22	
		A24	
		A32	
Creatividad.		A33	
Iniciativa y espíritu emprendedor.		A34	
Motivación por la calidad.		A35	



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
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.			C4
Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.			C5
Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.			C6
Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.			C7
Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.			C8

Contents	
Topic	Sub-topic
Tema 2. A axencia de receptivo	2.1. Introducción ao concepto e exemplos de éxito 2.2. Estudo da actividade e a tipoloxía 2.3. Servizos turísticos
Tema 1. Recordando que é a intermediación turística	1.1. O papel das axencias de viaxe 1.2. A clasificación das axencias de viaxe 1.3. A operatividade departamental dunha axencia de viaxe tradicional 1.4. O procedemento de venda de servizos de transporte (terrestre, marítimo, aéreo e ferroviario)
Tema 3. O futuro da intermediación turística	3.1. O impacto de Internet na intermediación turística 3.2. Retos aos que se enfronta 3.3. O perfil do turista do ?futuro? e como adaptarnos as súas preferencias
Tema 4. Turismo de MICE	4.1. Aproximación conceptual ao Turismo MICE 4.2. Estudio do mercado actual (oferta, demanda) 4.3. Os eventos corporativos 4.4. As fases da organización dun congreso/evento

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	A11 A22 A24 A32 A33 A34 A35 B1 B3 B4 B6 B7 C1 C6	21	87	108
Oral presentation	A13 A33 B4 C1	2	4	6
Student portfolio	A3 A7 A22 B1 B6 C1 C6 C7	1	6	7
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 distintos traballos tutelados relacionados co contido da materia durante todo o curso. Para valorar a asistencia ás clases, os devanditos traballos poden ser realizados en calquera día, hora e non necesitan de aviso previo ao alumnado.
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.
Student portfolio	Ferramenta de aprendizaxe e avaliación que recolle toda unha serie de tarefas que aportan evidencias de aprendizaxe e informan sobre o avance do estudante. Do mesmo modo, o estudante tamén valora en función dese xeito que aprendeu e como o aprendeu.
Mixed objective/subjective test	Para o alumnado de avaliación continua o exame será tipo test. Para o alumnado de avaliación non continua o exame incluírá unha parte tipo test e un apartado de preguntas de desenvolvemento.

Personalized attention	
Methodologies	Description
Supervised projects	As clases veranse complementadas coa posibilidade para o estudante 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 que se poderá realizar na aula ou vía Teams.

Assessment			
Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Student portfolio	A3 A7 A22 B1 B6 C1 C6 C7	Realización dun traballo que recolla a aprendizaxe da materia, o que aprendeu e como o aprendeu.	10
Supervised projects	A11 A22 A24 A32 A33 A34 A35 B1 B3 B4 B6 B7 C1 C6	Realización duns traballos tutelados relacionados cos bloques de contidos da materia.	50
Oral presentation	A13 A33 B4 C1	Presentación oral dos traballos tutelados.	10
Mixed objective/subjective test	A5 A12 A22 A24 B3 B4 C1	Realización dunha proba tipo test que recolla os contidos teóricos dos diversos bloques temáticos da materia.	30

Assessment comments



Os alumnos elixirán ao principio do cuatrimestre se queren avaliación continua ou non continua. No caso de que o alumno elixa a avaliación non continua a proba obxectiva será o exame final. Neste sentido, a nota final calcularase da forma seguinte:

Avaliación continua:

como aparece descrito no cadro superior: proba obxectiva (50%), contidos dos traballos tutelados (20%), estudos de caso (20%) e exposición oral dos traballos tutelados (10%). A proba obxectiva ten que ter unha nota igual ou

superior a 5 puntos para facer media co resto. Avaliación non continua:

exame final (100%), contidos do traballo tutelado (0%) e exposición oral do traballo tutelado (0%). O exame final ten que ter unha nota igual ou superior a 5 puntos. Os alumnos con avaliación non continua non se

poderán presentar á proba ou probas obxectivas da avaliación continua. 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 desenrolarse ao longo do segundo, terceiro ou cuarto curso de xeito indistinto.

O alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia, solicitada oficialmente á EUT-CENP poderá facer o exame final (100%) e para aprobar, terán que ter unha nota igual ou superior a 5 puntos. Ese alumnado terá a convocatoria de xullo como segunda oportunidade (100%). Igualmente, para aprobar, terán que ter unha nota igual ou superior a 5 puntos.

Sources of information

Basic	- Abrate, Graziano et al., (2020). Which Future for Traditional Travel Agencies? A Dynamic Capabilities Approach. Journal of Travel Research - Albayrak, Tahir; Karasakal, Sezer; Kocabulut, Ozge; Dursun, Aslihan (2020). Customer Loyalty Towards Travel Agency Websites: The Role of Trust and Hedonic Value. Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism - Bergazo, José Domingo; Torres Agurto, Ricardo (2007). Las agencias de viaje: de las comisiones por venta de pasajes a los cobros por servicios &quot;fees&quot;. Gestión en el tercer milenio - Capriello Antonella y Riboldazzi Sabina (2020). How can a travel agency network survive in the wake of digitalization? Evidence from the Robintur case study. Current Issues in Tourism - Carlson Wagonlit Travel Meetings & Events (2020). 2020 future trends in meetings and events. - Flores Alberto, Davinia; Salazar Niebla, Lisandra; Santana Turégano, Manuel Ángel (2011). ¿Desaparecerán los touroperadores? El papel de los intermediarios en la distribución turística. PASOS - Jiménez Castillo, David; Marín Carrillo, María Belén; Sánchez Pérez, Manuel (2007). Los convention bureaux. Coordinación, orientación e impacto en la comercialización del destino turístico. Papers de turisme - Organización mundial del turismo (2014). Informe global de la industria de reuniones. - Pastor, Ricardor; Rivera-García, Jorge (2020). Airbnb y la intermediación turística. ¿Competición o coopetición? Percepción de los agentes de viajes en España. Revista de Empresa y Humanismo - Pérez Mesa, Juan Carlos; García Barranco, Carmen; Galdeano Gómez, Emilio (2014). Cadena de suministro turística en España: un análisis de la intermediación. Cuadernos de turismo - Quintana, T. A., Gil, S. M., y Peral, P. P (2016). How could traditional travel agencies improve their competitiveness and survive? A qualitative study in Spain. Tourism Management Perspectives - Rodríguez Millares, Eulogio (2016). La imprescindible necesidad del OPC en la organización de cualquier evento. Gran Tour: revista de investigaciones turísticas - Tottino, Laura (2015). Una aproximación al trabajo que se realiza en las agencias de viajes: ¿Cómo es su organización?. Revista de estudios regionales - UNAV (2020). Libro blanco de la sostenibilidad en las agencias de viajes. Todo o material obrigatorio será facilitado a través de Moodle ou poderase consultar na biblioteca da facultade.
--------------	---



Complementary	- Ban, O.; Popa, A. L. (2015). Investigating digital divide in travel distribution: The use of internet and new media technologies in travel agencies of Bihor, Romania. <i>Tourism</i>, 63(4), 479-496 - De la Serna, M.; Escudero, M. (2017). Guía de organización de congresos, eventos feriales y exposiciones.. Madrid: Editorial Síntesis - Castro, A. (2017). Gestión de eventos. - Albert Piñole, Isabel (2004). Gestión, productos y servicios de las agencias de viajes. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid - De Borja Solé, Luis; Gomis, Joan Miquel (2009). El Nuevo Paradigma de la Intermediación Turística. Madrid: Editorial Pirámide
----------------------	--

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

Recoméndase ao estudantado

ler o programa e as normas de avaliación da disciplina.

Tamén se recomenda que

asista regularmente ás clases; realice os exercicios propostos polo docente;
discuta os casos cos compañeiros(a) e participe activamente dos debates xerados en clases.

A bibliografía recomendada

non será a única utilizada nas discusións. O docente recomenda que o alumnado traia para as clases, discusións da actualidade, quer sexa xurdida na prensa escrita, quer na radiofónica ou televisiva (nos novos medios de comunicación, redes sociais, ou en medios tradicionais). Seguramente esa aplicación enriquecerá a aprendizaxe e facilitará a asimilación dos temas teóricos abordados.

Para facilitar a comprensión

significativa dos coñecementos, o alumnado deberá revisar, antes das clases, o material posto á súa disposición por parte do docente.

(*)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.