



Guía Docente				
Datos Identificativos			2020/21	
Asignatura (*)	Comercialización de Produtos Turísticos		Código	662G01031
Titulación				
Descriptorios				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuadrimestre	Cuarto	Obrigatoria	6
Idioma	CastelánGalego			
Modalidade docente	Híbrida			
Prerrequisitos				
Departamento				
Coordinación	Fernández Fernández, Javier Luis	Correo electrónico	javier.fernandez4@udc.es	
Profesorado	Caamaño Franco, Iria	Correo electrónico	iria.caamano@udc.es	
	Fernández Fernández, Javier Luis		javier.fernandez4@udc.es	
Web	javier.fernandez4@udc.es			
Descrición xeral	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.			
Plan de continxencia	1. Modificacións nos contidos. Non hai ningunha modificación nos contidos.			
	2. Metodoloxías. Mantéñense sesións maxistrais, seminarios e titorías. No curso de adaptación a metodoloxía será a través de sesións mestras e titorías.			
	Metodoloxías de ensino que se modifican. Seminarios e titorías realízanse a través de equipos. O material destinado a analizar e aumentar en clase está colgado en moodel e resólvese en titorías ou clases maxistrais. As lecturas previstas para facer na clase publícanse en moodel.			
	3. Mecanismos de atención personalizada aos estudantes. Moodel publica lecturas semanais para reforzar algúns temas. Por correo, diariamente. A través de Equipos, créase unha conexión para avanzar no tema, resolver dúbidas e analizar os casos prácticos.			
	4. Modificacións na avaliación. TRABALLO FINAL 60%. Desenvolvemento dun traballo final que teñen que defender a través de equipos CASOS PRÁCTICOS 40%. Casos prácticos desenvolvidos en cada un dos temas analizados na clase. No curso de adaptación, os estudantes enviarán os estudos de caso por correo electrónico ou colgarán en moodel, e o traballo final defenderase a través de equipos. * Observacións de avaliación: é obrigatorio aprobar o tema para presentar os casos prácticos e defender o traballo final. En canto á avaliación na segunda oportunidade, os estudantes terán que realizar un traballo final, cuxo peso na nota final será do 100%. Os estudantes da modalidade en liña realizarán un traballo final, cuxo peso na nota final será do 100%.			
	5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía. Non hai cambios			



Código	Competencias / Resultados do título
--------	-------------------------------------

Resultados da aprendizaxe			
Resultados de aprendizaxe	Competencias / Resultados do 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.		B1	
		B2	
Comunicación oral y escrita en lengua nativa.		B3	
		B4	
Resolución de problemas.		B5	
		B6	
		B7	
Razonamiento crítico.			
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.			

Contidos	
Temas	Subtemas
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

Planificación				
Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	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



Proba de resposta múltiple	C6 C8	1	0	1
Atención personalizada		2	0	2
*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado				

Metodoloxías	
Metodoloxías	Descrición
Sesión maxistral	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. Modalidade On Line Nesta modalidade non hai sesión maxistral
Seminario	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 maxistrais e proporase a realización dun traballo individual ou en grupo. 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.
Proba de resposta múltiple	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 maxistrais e no estudo de casos. Exame tipo test 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.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Seminario	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 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 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.

Avaliación			
Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descrición	Cualificación



Seminario	A6 A33 A34 B1 B2 B4 B5 B6 B7 C1 C2	En relación cos traballos tutelados 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 e a calidade das respostas na quenda de preguntas que seguirá á presentación	30
Proba de resposta múltiple	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

Observacións avaliación

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 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.

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.

Fontes de información

Bibliografía 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, 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
----------------------------	---



Bibliografía complementaria	
-----------------------------	--

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

Observacións

(*)A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías