



## Guía Docente

| Datos Identificativos |  |                    |                          |          | 2020/21 |
|-----------------------|--|--------------------|--------------------------|----------|---------|
| Asignatura (*)        | Comercialización de Produtos Turísticos  | Código             | 662G01031                |          |         |
| Titulación            | Grao en Turismo  |                    |                          |          |         |
| Descritores           |  |                    |                          |          |         |
| Ciclo                 | Período  | Curso              | Tipo                     | Créditos |         |
| Grao                  | 1º cuatrimestre  | 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  | <p>1. Modificacións nos contidos. Non hai ningunha modificación nos contidos.</p> <p>2. Metodoloxías. Mantéñense sesións maxistras, seminarios e titorías. No curso de adaptación a metodoloxía será a través de sesións mestras e titorías.</p> <p>Metodoloxías de ensino que se modifican. Seminarios e titorías realízanse a través de equipos.</p> <p>O material destinado a analizar e aumentar en clase está colgado en moodel e resólvese en titorías ou clases maxistras. As lecturas previstas para facer na clase publícanse en moodel.</p> <p>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.</p> <p>4. Modificacións na avaliación.</p> <p>TRABALLO FINAL 60%. Desenvolvemento dun traballo final que teñen que defender a través de equipos</p> <p>CASOS PRÁCTICOS 40%. Casos prácticos desenvolvidos en cada un dos temas analizados na clase.</p> <p>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.</p> <p>* 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%.</p> <p>Os estudantes da modalidade en liña realizarán un traballo final, cuxo peso na nota final será do 100%.</p> <p>5. Modificacións da bibliografía ou webgrafía. Non hai cambios</p> |                    |                          |          |         |



| Código | Competencias / Resultados do título  |
|--------|--|
| 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.  |

| 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 |  |
| 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 |
| 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. | C4 |
| Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.   | C5 |
| Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.  | C6 |
| Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.   | C7 |
| Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.   | C8 |

| 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<br>C5 C7             | 21                                      | 51                      | 72           |
| Seminario                  | A6 A33 A34 B1 B2 B4<br>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 | <p>Modalidade Presencial</p> <p>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</p> <p>Nesta modalidade non hai sesión maxistral</p> |



|                            |  |
|----------------------------|--|
| Seminario                  | <p>Modalidade Presencial</p> <p>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 proporase a realización dun traballo individual ou en grupo.</p> <p>Modalidad On line</p> <p>Desarrollaranse estudos de casos para que o alumno siga a asignatura e afiance o aprendizaxe. Tamén realizaranse foros de discusión entre os alumnos.</p>   |
| Proba de resposta múltiple | <p>Modalidade Presencial</p> <p>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.</p> <p>Exame tipo test</p> <p>Modalidade On Line</p> <p>Consistirá na realización dun examen que versará sobre os aspectos teórico, prácticos ou teórico-prácticos correspondentes os temas analizados durante o curso.</p> <p>Examen tipo test.</p> |

### Atención personalizada

| Metodoloxías | Descrición   |
|--------------|--|
| Seminario    | <p>Modalidade Presencial</p> <p>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</p> <p>A través da plataforma Moodle, o tutor tendrá un contacto continuo co alumno para resolver as dudas que teña, e aclarar conceptos.</p> |

### Avaliación

| Metodoloxías               | Competencias / Resultados          | Descrición   | Cualificación |
|----------------------------|------------------------------------|--|---------------|
| Seminario                  | 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            |
| 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 intregrado dos contidos abordados ao longo da materia<br>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 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.

## 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. Ciclos formativos: 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