



| Guía docente | | | | |
|-----------------------|---|--------------------|--------------------------|-----------|
| Datos Identificativos | | | | 2023/24 |
| Asignatura (*) | Comercialización de Productos Turísticos | | Código | 662G01031 |
| Titulación | Grao en Turismo | | | |
| Descriptorios | | | | |
| Ciclo | Periodo | Curso | Tipo | Créditos |
| Grado | 1º cuatrimestre | Cuarto | Obligatoria | 6 |
| Idioma | CastellanoGallego | | | |
| Modalidad docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | Empresa | | | |
| Coordinador/a | Fernández Fernández, Javier Luis | Correo electrónico | javier.fernandez4@udc.es | |
| Profesorado | Fernández Fernández, Javier Luis | Correo electrónico | javier.fernandez4@udc.es | |
| Web | | | | |
| Descripción general | El objetivo de la asignatura es analizar los aspectos específicos de la comercialización en el sector turístico. El contenido se estructura en las siguientes partes: Dirección comercial; Concepto de Revenue: desde el punto de vista de la política de precios; Determinación de la política de distribución turística: canales de distribución turística y su funcionamiento; Negociación con proveedores; CRM: políticas de fidelización del cliente y Técnicas de ventas. | | | |

| Competencias / Resultados del título | |
|--------------------------------------|---|
| Código | Competencias / Resultados del título |
| A6 | Tener una marcada orientación de servicio al cliente. |
| A11 | Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales. |
| A24 | Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico. |
| A33 | Creatividad. |
| A34 | Iniciativa y espíritu emprendedor. |
| B1 | Capacidad de análisis y síntesis. |
| B2 | Comunicación oral y escrita en lengua nativa. |
| B3 | Resolución de problemas. |
| B4 | Razonamiento crítico. |
| B5 | Compromiso ético. |
| B6 | Aprendizaje autónomo. |
| B7 | Adaptación a nuevas situaciones. |
| C1 | Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma. |
| C2 | Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero. |
| C3 | 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. |
| 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 | Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras. |
| C6 | Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse. |
| C7 | Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida. |
| C8 | Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad. |

| Resultados de aprendizaje | |
|---------------------------|--------------------------------------|
| Resultados de aprendizaje | Competencias / Resultados del título |



| | | | |
|---|--------------------------------|--|--|
| Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales. | A6 A11 A24 A33 A34 | B1 B2 B3 | C1 C2 C3 C4 |
| Saber desenvolver planes de comercialización en empresas turísticas | A6 A11 A24 A33 A34 | B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 | C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8 |

| Contenidos | |
|--|---|
| Tema | Subtema |
| TEMA 1: Aspectos Específicos de la Comercialización del Turismo | Aspectos Específicos de la Comercialización del Turismo |
| TEMA 2 : Comercialización de Productos Turísticos: la Distribución en los Productos Turísticos | Comercialización de Productos Turísticos: la Distribución en los Productos Turísticos |
| TEMA 3 : La importancia de las Tic,s en la Comercialización de Productos Turísticos | La importancia de las Tic,s en la Comercialización de Productos Turísticos |
| TEMA 4: La Distribución en la Comercialización | Tipos y Canales de Distribución |

| Planificación | | | | |
|------------------------|--|---|------------------------|---------------|
| Metodologías / pruebas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciales y virtuales) | Horas trabajo autónomo | Horas totales |
| Sesión magistral | A6 A11 A24 A33 A34 A1 A3 A5 A6 A11 A12 A23 A33 A34 A35 B1 B2 B3 B4 B5 B6 B7 B1 B2 B4 B6 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 | 21 | 51 | 72 |
| Trabajos tutelados | C8 | 20 | 55 | 75 |
| Prueba mixta | B3 B4 B5 B6 B7 C1 | 1 | 0 | 1 |
| Atención personalizada | | 2 | 0 | 2 |

(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos

| Metodologías | |
|--------------------|--|
| Metodologías | Descripción |
| Sesión magistral | En estas sesiones se trabajarán los contenidos que integran el marco teórico de la materia, mediante exposición oral del docente. Para eso se utilizarán medios audiovisuales. El objetivo de estas sesiones es favorecer el aprendizaje del alumno. |
| Trabajos tutelados | En los seminarios se desarrollarán estudios de casos con esta metodología diseñada para promover el aprendizaje autónomo de los estudiantes. Se pretende que los estudiantes asuman responsabilidad por su propio aprendizaje. Alrededor de los diferentes temas explicados en las sesiones magistrales y se propondrá la realización de un trabajo individual o en grupo. |



| | |
|--------------|---|
| Prueba mixta | Prueba escrita utilizada para la evaluación del aprendizaje, cuyo trazo distintivo es la posibilidad de determinar si las respuestas dadas son o no correctas. Consistirá en la realización de un examen que versará sobre aspectos teórico, prácticos o teórico-prácticos correspondientes a los temas desarrollados en las sesiones magistrales y en el estudio de casos. |
|--------------|---|

Atención personalizada

| Metodologías | Descripción |
|--------------------|---|
| Trabajos tutelados | <p>Las clases se verán complementadas con la posibilidad para el alumno de acudir la tutorías fuera del aula, donde el profesor procederá a tratar individual y personalmente, las posibles dudas que pudieran surgir de la materia. Se trata de una participación obligatoria para el alumnado</p> <p>La forma y el momento en que se desarrollará se indicará en relación la cada actividad a lo largo del curso segundo el plan de trabajo de la materia</p> |

Evaluación

| Metodologías | Competencias / Resultados | Descripción | Calificación |
|--------------------|---------------------------|---|--------------|
| Trabajos tutelados | C8 | En relación con los trabajos tutelados se valorará: El ajuste de la presentación a las instrucciones; La calidad formal de la presentación; La calidad y creatividad de los contenidos de la presentación; La amplitud y pertinencia de las fuentes de información utilizadas más allá de las indicadas y la calidad de las respuestas en el turno de preguntas que seguirá a la presentación | 40 |
| Prueba mixta | B3 B4 B5 B6 B7 C1 | La prueba mixta consistirá en el desarrollo de un examen práctico y tipo test de respuesta múltiple donde una sola opción es correcta. Esta prueba será sobre cuestiones interrelacionadas que implicarán un tratamiento global e integrado de los contenidos abordados a lo largo de la materia Las preguntas mal contestadas penalizan un tercio del valor de la pregunta | 60 |

Observaciones evaluación



La evaluación de esta asignatura consta de 2 partes:

- Se contabilizan los trabajos expuestos en clase, y la actitud y la participación del alumnado, y un trabajo tutelado individual o en grupo. Se evaluará sobre un 40%.
- Examen final, tipo test y preguntas a desarrollar. Se evaluará sobre un 60%.

Para aprobar la asignatura se debe aprobar el trabajo tutelado, los trabajos expuestos durante el cuatrimestre y el examen.

Aquel

alumno que no tenga el trabajo tutelado realizado, o su actitud en el aula no fuese la adecuada, podrá presentarse al examen, que tendrá un valor del 60% de la nota final.

Los alumnos que no realizasen el trabajo, deberán realizarlo en segunda oportunidad para poder presentarse al examen.

Aquellos alumnos que superaron los trabajos y suspendieron el examen, se les guardará la nota del trabajo y el examen tendrá un valor del 60% en segunda oportunidad.

En el caso de un alumno con reconocimiento de dedicación a tiempo parcial, se le evaluará por un único examen a final de cuatrimestre, quedando exento de los trabajos y actividades desarrolladas durante el curso.

Convocatoria adelantada

Los criterios de evaluación en la convocatoria adelantada será un examen que será el 100% de la nota final.

HONRADEZ ACADÉMICA

Se considerará que se cometen prácticas ilícitas cuando un alumno/a actúa para defraudar o tratar de defraudar a los sistemas de comprobación y evaluación del rendimiento académico así como el incumplimiento de las normas establecidas por el profesor para realización de trabajos. Los trabajos en los que se detecten prácticas ilícitas serán calificados con un 0. Se recuerda al alumnado que el uso de cualquier ayuda o dispositivo en la prueba final está totalmente prohibido, y en caso de utilizar cualquier soporte no permitido quedará automáticamente suspenso

independientemente de la nota obtenida en la prueba mixta y de los trabajos realizados. Cualquier falta de honradez académica (plagio, copiar en exámenes, etc.) se penalizará de acuerdo con lo establecido en artículo 14 de las "Normas de evaluación, revisión e reclamación das cualificacións dos estudos de grao e mestrado universitario".

ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD La materia podrá ser adaptada al estudiantado que precise de la adopción de medidas encaminadas al apoyo a la diversidad (física, visual, auditiva, cognitiva, de aprendizaje o relacionada con la salud mental). De ser el caso, deberán contactar con los servicios disponibles en la UDC/en el Centro: en los plazos oficiales estipulados de manera previa cada cuatrimestre académico, con la Unidad de Atención a la Diversidad (<https://www.udc.es/cufie/adi/apoioalumnado/>); en defecto, con el tutor o tutora

ADI de la Facultad de Turismo. **REGLAMENTO DISCIPLINAR DEL ESTUDIANTADO DE LA UDC (Artículo 11, apartado 4 b)** Calificación de suspenso en la convocatoria en la que se cometa la falta de respeto de la materia en que se cometiese: el/la estudiante será calificado con ?suspenso? (nota numérica 0) en la convocatoria correspondiente del curso académico, tanto si la comisión de la falta se produce en la primera oportunidad como en la segunda. Para esto, se procederá a modificar su calificación en el acta de la primera oportunidad, se fuese necesario.

PERSPECTIVA DE GÉNERO Según se recoge en las distintas normativas de aplicación para la docencia universitaria se deberá incorporar la perspectiva de género en esta materia (se usará lenguaje no sexista, se utilizará bibliografía de autores/as de ambos sexos, se propiciará la intervención en clase de alumnos y alumnas...)

Se trabajará para identificar y modificar prejuicios y actitudes sexistas y se influirá en el entorno para modificarlos y fomentar valores de respeto e igualdad. Se deberán detectar situaciones de discriminación por razón de género y se propondrán acciones y medidas para corregirlas.



| | |
|-----------------------|--|
| Básica | <p>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. Rufín 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</p> |
| Complementaria | |

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Márketing Turístico/662G01016d

Métodos y Técnicas de Investigación en Turismo/662G01024d

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Asignaturas que continúan el temario

Otros comentarios

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías