



Teaching Guide

Identifying Data				2023/24
Subject (*)	Tourist Product Commercialisation	Code	662G01031d	
Study programme	Grao en Turismo (a distancia)			
Descriptors				
Cycle	Period	Year	Type	Credits
Graduate	1st four-month period	Fourth	Obligatory	6
Language	Spanish			
Teaching method	Non-attendance			
Prerequisites				
Department	Empresa			
Coordinador	Fernández Fernández, Javier Luis	E-mail	javier.fernandez4@udc.es	
Lecturers	Fernández Fernández, Javier Luis	E-mail	javier.fernandez4@udc.es	
Web	www.udc.es/es/turismo			
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

Code	Study programme competences
A1	Comprender os principios do turismo: a súa dimensión espacial, social, cultural, política, laboral e económica.
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.
A11	Definir obxectivos, estratexias e políticas comerciais.
A12	Dirixir e xestionar (management) os distintos tipos de entidades turísticas.
A23	Analizar os impactos xerados polo turismo.
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.
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		
Utilizar e analizar as tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) nos distintos ámbitos do sector turístico	A1	B1	C1
	A3	B2	C2
	A5	B4	C3
	A6	B6	C4
	A11	B7	C5
	A12		C6
	A23		C7
	A33		C8
	A34		
	A35		
Definir obxetivos, estratexias e políticas comerciais	A6	B1	C1
	A11	B2	C2
	A24	B3	C3
	A33	B4	C4
	A34	B5	C5
		B6	C6
		B7	C7
			C8

Contents	
Topic	Sub-topic
Tema 1 - Aspectos Específicos da Comercialización no Turismo	Aspectos específicos da Comercialización
Tema 2 - Comercialización de Productos Turísticos: a distribución nos produtos e servicios	Comercializar produtos e servicios turísticos
Tema 3 - A importancia das TICs na comercialización	Desarrollo do concepto de Tics na comercialización
Tema 4 - A Distribución na comercialización	Tipos e canles de distribución

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Multiple-choice questions	A1 A3 A12 A23 B3 B4 C1 C2 C3 C4 C7	1	3	4
Case study	A5 A6 A24 A33 A34 A35 B1 B2 B7 C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7 C8	1	47	48
Seminar	A5 A23 A24 A33 A34 A35 B3 B4 B5 C2 C5 C6 C7 C8	9	18	27
Supervised projects	A5 A11 A24 A33 A34 B1 B4 B5 B6 B7 C1 C3 C5 C6 C7 C8	1	60	61
Personalized attention		10	0	10

(*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description



Multiple-choice questions	Consistirá na realización dun examen que versará sobre os aspectos teórico, prácticos ou teórico-prácticos correspondentes os temas analizados durante o curso.
Case study	Desenvolveranse estudos de casos para que o alumno siga a asignatura e afiance o aprendizaxe. Tamén realizaranse foros de discusión entre os alumnos.
Seminar	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
Supervised projects	Realizarase un seguimento aos alumnos nos traballos

Personalized attention

Methodologies	Description
Supervised projects Multiple-choice questions Case study Seminar	A través da plataforma Moodle, e do mail, o tutor tendrá un contacto continuo co alumno para resolver as dudas que teña, e aclarar conceptos.

Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Multiple-choice questions	A1 A3 A12 A23 B3 B4 C1 C2 C3 C4 C7	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	60
Seminar	A5 A23 A24 A33 A34 A35 B3 B4 B5 C2 C5 C6 C7 C8	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	40

Assessment comments



A avaliación desta asignatura consta de 2 partes:

- a) Traballos realizados na aula e expostos, e traballo tutelado individual o en grupo. Avaluará sobre un 40%.
- b) Examen final, tipo test e preguntas a desenvolver. Avaluarase sobre un 60%.

Para aprobar a asignatura débese aprobar o traballo tutelado, os traballos da aula e o examen.

Aquel alumno que non elabore o traballo tutelado, ou non teña una actitude axeitada na aula, poderá presentarse o examen, este terá un valor do 60% da nota final.

Aqueles alumnos que fixeron os traballos e suspendan o examen, se lles mantendrá a nota do traballo, e o examen terá un valor dun 60% na segunda oportunidade.

Os alumnos que non realizasen o traballo, tendrán que facelo para a segunda oportunidade.

O alumnado que non faga os traballos ou o examen aparecerá nas actas coma Non Presentado.

No caso dun alumno con recoñecemento de dedicación a tempo parcial, avaliarase por un único examen o final do cuatrimestre, quedando exento dos traballos e actividades desenvolvidas durante o curso.

Convocatoria adiantada

Os criterios de avaliación na convocatoria adiantada será un exame que será o 100% da nota final.

HONRADEZ ACADÉMICA

Considerarase que se comenten prácticas ilícitas cando un alumno/para actúa para defraudar ou tratar de defraudar aos sistemas de comprobación e avaliación do rendemento académico así como o incumprimento das normas establecidas polo profesor para realización de traballos. Os traballos nos que se detecten prácticas ilícitas serán cualificados cun 0. Lémbrese ao alumnado que o uso de calquera axuda ou dispositivo na proba final está totalmente prohibido, e en caso de utilizar calquera soporte non permitido quedará automaticamente suspenso independentemente da nota obtida na proba mixta e dos traballos realizados. Calquera falta de honradez académica (plaxio, copiar en exames etc.)/ etc.) penalizarase #de acordo con o establecido en artigo 14 das "Normas de avaliación, revisión e reclamación das cualificacións dúas estudos de grao e mestrado universitario".

ATENCIÓN Á DIVERSIDADE

A materia poderá ser adaptada ao estudiantado que precise da adopción de medidas encamiñadas ao apoio á diversidade (física, visual, auditiva, cognitiva, de aprendizaxe ou relacionada coa saúde mental). De ser o caso, deberán contactar cos servizos dispoñibles na UDC/no Centro: nos prazos oficiais estipulados de maneira previa cada cuatrimestre académico, coa Unidade de Atención á Diversidade (<https://www.udc.es/cufie/adi/apoioalumnado/>); en defecto, co titor ou titora ADI da Facultade de Turismo.

REGULAMENTO DISCIPLINAR DO ESTUDANTADO DA UDC (Artigo 11, apartado 4 b) Cualificación de suspenso na convocatoria na que se cometa a falta de respecto da materia en que se cometese: o/a estudante será cualificado con ?suspenso? (nota numérica 0) na convocatoria correspondente do curso académico, tanto se a comisión da falta prodúcese na primeira oportunidade como na segunda. Para isto, procederá a modificar a súa cualificación na acta da primeira oportunidade, fósese necesario.

PERSPECTIVA DE XÉNERO

Segundo recóllese nas distintas normativas de aplicación para a docencia universitaria deberase incorporar a perspectiva de xénero nesta materia (usarase linguaxe non sexista, utilizarase bibliografía de autores/as de ambos os sexos, propiciarse a intervención en clase de alumnos e alumnas...) Traballarase para identificar e modificar prexuízos e actitudes sexistas e influirase na contorna para modificalos e fomentar valores de respecto e igualdade. Deberanse detectar situacións de discriminación por razón de xénero e propoñeranse accións e medidas para corrixilas.



Basic	<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. 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</p>
Complementary	

Recommendations

Subjects that it is recommended to have taken before

Tourism Marketing/662G01016d

Tourism Research Methods and Techniques/662G01024d

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.