

GUÍADOCENTE DE LA ASIGNATURA

CANALES DE DISTRIBUCION EN EL SECTOR TURISTICO

Curso 2018/2019

1. DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA ASIGNATURA

Título/s	CANALES DE DISTRIBUCION EN EL SECTOR TURISTICO	
Centro	Escuela Universitaria de Turismo Altamira	
Módulo / materia	Dirección de Marketing Turístico	
Código y denominación		CANALES DE DISTRIBUCION EN EL SECTOR TURISTICO
Créditos ECTS	6	
Tipo	Obligatoria	
Curso / Cuatrimestre	3º	2º
Web	Aula virtual de la Escuela universitaria de Turismo	
Idioma de impartición	Español	
Modalidad de impartición	Presencial	

Departamento		
Área de conocimiento		
Grupo docente		
Profesor responsable	Juan Saiz Ipiña	
Número despacho	N/D	
E-mail	saizj@eturismoaltamira.com	
Otros profesores	Ana Isabel Palazuelos Ruiz/ i.palazuelos@eturismoaltamira.com	

2. CONOCIMIENTOS PREVIOS

Ninguno

3. COMPETENCIA GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS DEL PLAN DE ESTUDIOS TRABAJADAS EN LA ASIGNATURA

Competencias genéricas

CG1	(Organizar-planificar). Capacidad de organización y planificación. Consiste en adquirir aptitudes para observar, evaluar y plantear propuestas para establecer pautas de organización y planificar actuaciones futuras de acuerdo con unos criterios preestablecidos.
CG6	(Cooperar) Capacidad para trabajar en equipo. El alumno deberá saber integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas mucho más allá de los logros de carácter individual, pensando de forma global por el bien de la organización a la que pertenece.
CG8	(Internacionalizar) Trabajo en un contexto internacional y multicultural. Esta competencia consiste en saber comprender y adaptarse a la cultura social y empresarial de diversos países, de gran interés para la gestión turística y hotelera.
CG4	(Utilizar TIC) Capacidad para utilizar tecnologías de la comunicación y la información en el desempeño de las profesionales. El estudiante deberá conseguir aptitudes de manejo de hardware y software necesario como medio para la realización y culminación de las tareas necesarias en cada materia y en la vida laboral cotidiana.

Competencias específicas

CE6	Conocer los fundamentos del marketing turístico, incluyendo el diseño y gestión de estrategias y políticas comerciales.
CE16	Conocer las operaciones en el ámbito de la intermediación turística, así como los programas informáticos utilizados en los mismos.

Resultados de aprendizaje de la asignatura

	Conocer los fundamentos de la distribución de servicios turísticos, tanto offline como online.
	Comprender la estructura de los canales de distribución turística y las relaciones entre los diferentes actores que los conforman (offline y online).
	Saber las estrategias de distribución de los proveedores de servicios turísticos y los intermediarios del sector (offline y online).

4. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Conocer los diferentes canales de distribución turística, tanto offline como online.

Conocer los intermediarios y principales agentes de la distribución turística.

Comprender el continuo carácter cambiante del turismo y su relación con las nuevas tecnologías, foros, blogs, RRSS, etc.

5. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DOCENTES	
ACTIVIDADES	HORAS DE LA ASIGNATURA
ACTIVIDADES PRESENCIALES	
HORAS DE CLASE (A)	
• Teoría (TE)	45
• Prácticas en Aula (PA)	9
Subtotal horas de clase	54
ACTIVIDADES DE SEGUIMIENTO (B)	
• Tutorías (TU)	3
• Evaluación (EV)	3
Subtotal actividades de seguimiento	6
Total, actividades presenciales (A+B)	60
ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	
• Trabajo en Grupo (TG)	70
• Trabajo Autónomo (TA)	20
Total, actividades no presenciales	90
HORAS TOTALES	150

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE DE LA ASIGNATURA

CONTENIDOS	Semanas de impartición	TE	PA	P L	PC	TU	EV	TG	TA	T U - N P	EV- NP
BLOQUE TEMÁTICO 1: Introducción a la distribución turística	1-2	4									
1.1 La distribución comercial y el marketing turístico 1.2 El sistema de distribución en el sector turístico 1.3 Funciones de los intermediarios en el sistema de distribución turística											
BLOQUE TEMÁTICO 2: El Canal de distribución en el sector turístico	3-5	8							6		
2.1 Estructura del canal de distribución en el sector turístico 2.2 Criterios de selección 2.3 Otras decisiones estratégicas 2.4 Tipología de los intermediarios en el sector turístico											
BLOQUE TEMÁTICO 3: Las agencias de viajes en la distribución turística	6-8	8	2					15	6		
3.1 Las agencias de viajes en la distribución turística 3.2 El papel de las aa.vv. En la distribución turística 3.3 Tipología de aa.vv. 3.4 Situación actual. 3.5 La integración en la distribución turística 3.6 Situación actual: Hacia la integración en la distribución Turística											
BLOQUE TEMÁTICO 4: Los touroperadores en la distribución turística.	9-10	6						15	6		
4.1 Los touroperadores en la distribución turísticas 4.2 El papel de los touroperadores en la distribución turísticas 4.3 Tipologías 4.4 Situación actual											
BLOQUE TEMÁTICO 5: Sistemas en red centralizados en la distribución turística.	11-12	11	2					15	6		
5.1 Los CRS y GDS en la distribución turísticas 5.2 Las centrales de reserva en la distribución turística. 5.3 Otros intermediarios y agentes en la en la distribución turística.											
BLOQUE TEMÁTICO 6: Nuevas tecnologías aplicadas en la distribución turística	13-15	3	16					15	6		
6.1 Sistemas de gestión de clientes avanzados 6.2 Distribución de información comercial automatizada en red. 6.3 Modelos de interacción entre canales de distribución turística. 6.4 Movilidad e interoperabilidad 6.4 El futuro de las nuevas tecnologías y la distribución turística											
TOTAL DE HORAS		40	20					60	30		

Esta organización tiene carácter orientativo.

7.1 MÉTODOS DE EVALUACIÓN (Examen final convocatoria ordinaria)	
Breve descripción *	
Examen Final	
Tipología*	Examen escrito
Actividad de evaluación final*	Si
Peso porcentual de la actividad en la valoración final de la asignatura*	50%
Calificación mínima que obtener, en su caso, para poder superar la asignatura	4 sobre 10
Actividad recuperable*	Si
Condiciones de la recuperación	En un examen único, en la convocatoria extraordinaria de septiembre
Duración estimada de la actividad	60 minutos
Fecha estimada de realización*	Al finalizar el cuatrimestre
Observaciones	
Condiciones de evaluación para los estudiantes a tiempo parcial	

* Campos obligatorios.

7.2 MÉTODOS DE EVALUACIÓN (Prueba de Evaluación Continua)

Breve descripción *	
Trabajo en grupo	
Tipología*	Trabajo en grupo, presentación escrita y oral.
Actividad de evaluación final*	No
Peso porcentual de la actividad en la valoración final de la asignatura*	40%
Calificación mínima que obtener, en su caso, para poder superar la asignatura	No
Actividad recuperable*	Si
Condiciones de la recuperación	En un examen único, en la convocatoria extraordinaria de septiembre
Duración estimada de la actividad	30 minutos
Fecha estimada de realización*	Al final del cuatrimestre
Observaciones	
Condiciones de evaluación para los estudiantes a tiempo parcial	

7.3 MÉTODOS DE EVALUACIÓN (Prueba de Evaluación Continua)

Breve descripción *	
Examen escrito con elementos de formato test.	
Tipología*	Examen escrito con elementos de formato test.
Actividad de evaluación final*	No

Peso porcentual de la actividad en la valoración final de la asignatura*	10%
Calificación mínima que obtener, en su caso, para poder superar la asignatura	No
Actividad recuperable*	Si
Condiciones de la recuperación	En un examen único, en la convocatoria extraordinaria de septiembre
Duración estimada de la actividad	60 minutos
Fecha estimada de realización*	A mediados del cuatrimestre
Observaciones	
Condiciones de evaluación para los estudiantes a tiempo parcial	

* Campos obligatorios.

7.3 MÉTODOS DE EVALUACIÓN (Examen final convocatoria extraordinaria) Septiembre

Breve descripción *

Examen Final

Tipología*	Examen escrito
Actividad de evaluación final*	Si
Peso porcentual de la actividad en la valoración final de la asignatura*	Véase el apartado de "Observaciones".
Calificación mínima que obtener, en su caso, para poder superar la asignatura	5 sobre 10
Actividad recuperable*	No
Condiciones de la recuperación	Véase el apartado de "Observaciones".
Duración estimada de la actividad	60 minutos
Fecha estimada de realización*	Periodo de exámenes de septiembre

Observaciones

Para hallar la calificación final de la asignatura se hará la media aritmética entre la NOTA DE EVALUACIÓN CONTINUA (si el alumno hubiera obtenido una calificación igual o superior a un 5 sobre 10 en este apartado en la convocatoria ordinaria) y el resultado del EXAMEN FINAL, siempre que se haya alcanzado una calificación mínima de 4/10 en el examen final.

Para aprobar la asignatura habrá que alcanzar una calificación global mínima de 5/10.

Los alumnos que hayan obtenido una calificación de menos de un 5 sobre 10 en la nota de evaluación continua en la convocatoria ordinaria serán calificados únicamente a través de su nota en el examen final de la convocatoria extraordinaria (es decir, su nota de evaluación continua no influirá en el resultado final).

Para aprobar la asignatura habrá que alcanzar una calificación global mínima de 5/10.

Condiciones de evaluación para los estudiantes a tiempo parcial

8. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Albert Piñolé, I., Gestión, productos y servicios de las Agencias de Viaje, Ramón Areces, Madrid,

Del Alcázar Martínez, B (2002). Los canales de distribución turística... Madrid. Esic.

Investigaciones Europeas, Vol. 7, N° 1, 2001. El comercio electrónico y el futuro del canal de distribución turístico

REISER WILD, Miguel. Desafíos: redes sociales y canales de distribución de banca. MK Marketing+Ventas n.º 262, noviembre 2010

De Pablo Redondo, R (2004). Las nuevas tecnologías aplicadas al turismo. Madrid. Centro de estudios Ramón Areces.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

9. SOFTWARE

PROGRAMA/APLICACIÓN	CENTRO/PLANTA/SALA/HORARIO			
N/D				

10. COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS EN INGLÉS

Competencias lingüísticas en inglés

Comprensión escrita	Si
Comprensión oral	No
Expresión escrita	No
Expresión oral	No
Asignatura íntegramente escrita en inglés	No
Observaciones	