



DATOS IDENTIFICATIVOS

Distribución turística

Materia	Distribución turística			
Código	004G240V01401			
Titulación	Grao en Turismo			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	2	2c
Lingua de impartición	Castelán Galego			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Mazaira Castro, Andrés			
Profesorado	Mazaira Castro, Andrés			
Correo-e	amazaira@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A materia de Distribución Turística pretende profundizar no estudio das canles de distribución turística iniciado na materia de Marketing Turístico, prestando especial atención á situación actual do sector así como ás novas tecnoloxías e sistemas globais, co obxectivo de analizar as funcións e a estrutura das canles de distribución do sector turístico			

Competencias

Código	
A1	Que os estudantes demostraren posuír e comprender coñecementos nunha área de estudo que parte da base da educación secundaria xeral e adoita atoparse a un nivel que, malia se apoiar en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo.
A2	Que os estudantes saiban aplicar os seus coñecementos ó seu traballo ou vocación dunha forma profesional e posúan as competencias que adoitan demostrarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo.
A3	Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.
A4	Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solución a un público tanto especializado coma non especializado.
A5	Que os estudantes desenvolvan aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía.
B1	Habilidades no manexo das TIC para a procura e uso da información
B5	Capacidade de comunicación oral e escrita
B7	Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo
B9	Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado
C1	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos axentes económicos que interveñen no turismo e das relacións que se establecen entre eles.
C5	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos da xestión de empresas turísticas: problemas económicos internos e interrelacións entre os distintos subsistemas
C6	Comprender e interpretar coñecementos ao respecto dos fundamentos do marketing turístico así como obxectivos, estratexias e políticas comerciais

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Coñecer qué son, para qué sirven e cales son os diferentes tipos de sistemas de ditribución turística	A1	B1	C1
	A2	B5	C5
	A3	B7	C6
	A4	B8	
	A5	B9	

Analizar o papel que desempeñan os intermediarios no mercado turístico	A1	B1	C1
	A2	B5	C5
	A3	B7	C6
	A4	B8	
	A5	B9	
Familiarizar o alumno co funcionamento dos sistemas de distribución turística	A1	B1	C1
	A2	B5	C5
	A3	B7	C6
	A4	B8	
	A5	B9	
Analizar o impacto de Internet e das novas tecnoloxías nos Canales de Distribución Turísticos	A1	B1	C1
	A2	B5	C5
	A3	B7	C6
	A4	B8	
	A5	B9	

Contidos

Tema	
1. A distribución comercial do sector turístico	1.1. A Distribución no Marco do Business Model. 1.2.- A distribución comercial e o marketing turístico 1.2.1. Distribución comercial e produto turístico 1.2.2. A distribución comercial e o resto de elementos de Marketing Turístico. 1.3. O sistema de distribución no sector turístico 1.4. Funcións de intermediarios no sistema de distribución turística
2. A canle de distribución no sector turístico	2.1. Estructura da canle de distribución no sector turístico 2.2. Aspectos a considerar na elección da canle de distribución no sector turístico 2.3. Criterios de selección de canles de distribución no sector turístico 2.4. Outras decisións estratéxicas na política de distribución turística 2.5. Tipoloxía de intermediarios no sector turístico
3. As axencias de viaxes na distribución turística	3.1. As AAVV na distribución turística 3.2. Tipoloxía e papel das AAVV na distribución turística 3.3. Online Travel Agencies.
4. Os touroperadores na distribución turística	4.1. Os touroperadores na distribución turística 4.2. Tipoloxía e papel dos touroperadores na distribución turística
5. A Distribución turística en tempos de Redes	5.1. Impacto de Internet na Distribución Turística 5.2. Desintermediación e Intermediación. 5.3. Web, e commerce e distribución Turística. 5.4. SEO e Distribución Turística 5.5. Redes Sociais e Distribución Turística.
6.- O Papel dos equipamentos móbiles na distribución turística	6.1.- Uso de equipos móbiles. 6.2.- Aplicacións móbiles. 6.3.- Móbiles e web. 6.4.- Impacto dos móbiles nas estratexias de Distribución
7. As centrais de reservas na distribución turística	7.1. Os CRS na distribución turística 7.2. Os GDS na distribución turística

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	30	20	50
Resolución de problemas e/ou exercicios	12	32	44
Traballos de aula	3	30	33
Titoría en grupo	1.5	16	17.5
Traballos e proxectos	0.5	5	5.5

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Explicacións detalladas dos contidos do programa docente por parte do profesor na aula
Resolución de problemas e/ou exercicios	Resolución e presentación por parte do alumno de exercicios e casos planteados polo profesor

Traballos de aula	Traballos na aula dos alumnos, tanto individual como en grupo para a resolución de exercicios e casos prácticos, ou de temas de actualidade relacionados coa materia
Titoría en grupo	As titorías se poderán desenvolver de forma individual ou en grupo, previa organización das mesmas co profesor

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Titoría en grupo	Tempo dedicado polo profesor á atención personalizada do estudante.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Sesión maxistral	Exame	50	A1 A2	B5	
Resolución de problemas e/ou exercicios	Consiste na resolución de exercicios e de traballos ben de forma individual ou en grupo	15	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B5 B7 B8 B9	C1 C5 C6
Traballos de aula	Realización de exercicios e casos na propia aula	15	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B5 B7 B8 B9	C1 C5 C6
Traballos e proxectos	Realización e exposición de traballos en grupo	20	A1 A2 A3 A4 A5	B1 B5 B7 B8 B9	C1 C5 C6

Outros comentarios sobre a Avaliación

Aplicarase un sistema de avaliación que pode seguir dous modos:

1) AVALIACIÓN CONTINUA

Consistirá nunha avaliación durante todo o cuadrimestre, na que se valorará a participación en clase, a resolución de exercicios e traballos en grupo e individuais. Ademais o alumno que siga este sistema de avaliación realizará unha exame final "abreviado" teórico da materia (será tipo test sendo o valor desta proba como máximo do 50% da nota final, debendo de ter o alumnado, neste caso, un mínimo de puntos en cada parte: avaliación durante o curso e exame) .

Esta modalidade é aplicable nas convocatorias do mesmo curso académico.

2) AVALIACIÓN NON CONTINUA

Poderán optar a ela todos os os alumnos non acollidos a modalidade de avaliación anterior. Consistente nunha exame teórico-práctico de toda a materia do curso.

NOTA.- O reparto de % dos sistemas de cualificación reflicten o caso de avaliación continua.

As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso 2016-2017. En caso de conflito ou disparidade entre as datas dos exames, prevalecerán as sinaladas na páxina web da FCETOU.

Bibliografía. Fontes de información

- DEL ALCÁZAR MARTÍNEZ, B. (2002): *Los Canales de Distribución en el Sector Turístico*. ESIC.
- MILIO, I., CABO, M. (2005): *Comercialización de Productos y Servicios Turísticos*. Paraninfo
- Entregarase Bibliografía dos diversos temas ao longo do curso.

- ALEN GONZÁLEZ, E. y GONZÁLEZ VÁZQUEZ, E. (2005): *Casos de Dirección de Marketing*. PEARSON/Prentice Hall.
- DÍEZ DE CASTRO, E. (2004): *Distribución Comercial*. McGRAW-Hill.
- KOTLER, J., BOWEN, J., MAKENS, R., RUFIN y M^a. D. REINA (2004): *Marketing para Turismo*. PEARSON/Prentice Hall.

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Mercadotecnia turística/O04G240V01303
