



DATOS IDENTIFICATIVOS

Distribución turística

Asignatura	Distribución turística			
Código	O04G240V01401			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimstre
	6	OB	2	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a				
Profesorado				
Correo-e				
Web				
Descripción general	La asignatura de Distribución Turística pretende profundizar en el estudio de los canales de distribución turística iniciado en la asignatura de Marketing Turístico, prestando especial atención a la situación actual del sector así como a las nuevas tecnologías y sistemas globales, con el objetivo de analizar las funciones y la estructura de los canales de distribución del sector turístico			

Competencias de titulación

Código	
A1	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los agentes económicos que intervienen en el turismo y las relaciones que se establecen entre ellos
A5	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los fundamentos de la gestión de empresas turísticas: Problemas económicos internos e interrelaciones entre los distintos subsistemas
A6	Comprender e interpretar conocimientos acerca de los fundamentos del marketing turístico, así como objetivos, estrategias y políticas comerciales
A18	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
A23	Capacidad de comunicación oral y escrita
A25	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
A28	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado

Competencias de materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Conocer qué son, para qué sirven y cuáles son los diferentes tipos de sistemas de distribución turística	A1 A6 A18
Analizar el papel que desempeñan los intermediarios en el mercado turístico	A1 A6 A23 A25 A28
Familiarizar al alumno con el funcionamiento de los sistemas de distribución turística	A5 A28
Analizar el impacto de Internet y de las nuevas tecnologías en los canales de distribución turísticos	A6 A18 A23 A25 A28

Contenidos

Tema

1. La distribución comercial del sector turístico	1.1. La distribución comercial y el marketing turístico 1.1.1. Distribución comercial y producto turístico 1.1.2. La distribución comercial y el precio de los productos turísticos 1.1.3. La distribución comercial y la comunicación en los *productos turísticos 1.2. El sistema de distribución en el sector turístico 1.3. Funciones de intermediarios en el sistema de distribución turística
2. El canal de distribución en el sector turístico	2.1. Estructura del canal de distribución en el sector turístico 2.2. Aspectos a considerar en la elección del canal de distribución en el sector turístico 2.3. Criterios de selección de canales de distribución en el sector turístico 2.4. Otras decisiones estratégicas en la política de distribución turística 2.5. Tipología de intermediarios en el sector turístico
3. Las agencias de viajes en la distribución turística	3.1. Las AAVV en la distribución turística 3.2. El papel de las AAVV en la distribución turística 3.3. Tipología de AAVV 3.4. Situación de las AAVV en el sector turístico
4. Los touroperadores en la distribución turística	4.1. Los touroperadores en la distribución turística 4.2. El papel de los touroperadores en la distribución turística 4.3. Tipología de touroperadores 4.4. Situación de los touroperadores en el sector turístico
5. Las centrales de reservas en la distribución turística	5.1. Los CRS y GDS en la distribución turística 5.2. El papel de los GDS en la distribución turística 5.3. Situación actual de los GDS en el sector turístico
6. Las nuevas tecnologías y la distribución turística	6.1. Impacto 6.2. Desintermediación 6.3. Reintermediación 6.4. La Web 2.0

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	30	20	50
Resolución de problemas y/o ejercicios	12	32	44
Trabajos de aula	3	30	33
Tutoría en grupo	1.5	16	17.5
Trabajos y proyectos	0.5	5	5.5

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Sesión magistral	Explicaciones detalladas de los contenidos del programa docente por parte del profesor en el aula
Resolución de problemas y/o ejercicios	Resolución y presentación por parte del alumno de ejercicios y casos planteados por el profesor
Trabajos de aula	Trabajos en el aula de los alumnos, tanto individual como en grupo para la resolución de ejercicios y casos prácticos, o de temas de actualidad relacionados con la materia
Tutoría en grupo	Las tutorías se podrán desarrollar de forma individual o en grupo, previa organización de las mismas con el profesor

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Tutoría en grupo	Orientar, atender y resolver las dudas de los alumnos en la comprensión de la materia así como en la realización de los ejercicios, casos prácticos y trabajos.

Evaluación

	Descripción	Calificación
Sesión magistral	Examen final abreviado de la teoría	60
Resolución de problemas y/o ejercicios	Consiste en la resolución de ejercicios y de trabajos bien de forma individual o en grupo	10
Trabajos de aula	Realización de ejercicios y casos en el propio aula	10
Trabajos y proyectos	Realización y exposición de trabajos en grupo	20

Otros comentarios sobre la Evaluación

Consistirá en una evaluación durante todo el cuatrimestre, en la que se valorará la participación en clase, la resolución de ejercicios y trabajos en grupo y la nota de un examen final de teoría reducido.

Podrán optar a ella todos los alumnos no acogidos la modalidad de evaluación anterior. Consistente en un examen teórico de toda la materia del curso (60% de la nota) mas un trabajo individual (40% de la nota), consistente éste en un proyecto de distribución turística en una empresa real, que deberán entregar antes de la fecha fijada para el examen.

Fuentes de información

- DEL ALCÁZAR MARTÍNEZ, B. (2002): *Los Canales de Distribución en el Sector Turístico*. ESIC.

Bibliografía Complementaria

- DÍEZ DE CASTRO, E. (2004): *Distribución Comercial*. McGRAW-Hill.

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Marketing turístico/O04G240V01303