



DATOS IDENTIFICATIVOS

Distribución turística

| | | | | |
|-----------------------|--|--------|-------|--------------|
| Materia | Distribución turística | | | |
| Código | O04G240V01401 | | | |
| 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 estudo 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 demostren 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 e outros intermediarios minoristas 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. 3.4.- Outros Intermediarios Minoritas. |
| 4. Os Intermediarios Mayoristas na distribución turística | 4.1. O Papel dos Intermediarios Mayoristas na distribución turística 4.2. Tipoloxía e funcionalidades dos Intermediarios Mayoristas 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 Redes Sociais e Distribución Turística. |
| 6. As centrais de reservas na distribución turística | 6.1. Os CRS na distribución turística 6.2. Os GDS na distribución turística |
| 7.- Tempos de Redes e Big Data | * |

Planificación

| | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|-------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Lección maxistral | 30 | 20 | 50 |
| Resolución de problemas | 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 |
|-------------------------|--|
| Lección maxistral | Explicacións detalladas dos contidos do programa docente por parte do profesor na aula |
| Resolución de problemas | 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 | | |
|-------------------------|---|---------------|---------------------------------------|----------------------------|----------------|
| Lección maxistral | Exame | 50 | A1 A2 | B5 | |
| Resolución de problemas | 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 dobre de posible avaliación; podendo o alumno optar por aquel que desexe:

1) AVALIACIÓN CONTINUA

Consistirá nunha avaliación durante todo o cuadrimestre, na que se valorará a participación nas clases, o enriquecemento que se faga ao traballo conxunto nas aulas (tanto nas sesión teóricas como nas prácticas), o traballo na resolución de casos prácticos realizado polo alumnos nas clases, os traballos realizados (tanto na aula como fora dela) polos alumnos tanto dun xeito individual como en grupo, así como a presentación dos mesmos.

O proceso de Avaliación Continúa poderá incluír a realización de probas de resposta curta.

No caso de que o alumno non poda demostrar que ten adquirido coñecementos suficientes cos traballos realizados ao longo do curso de forma continuada, terá que superar unha proba final que incluírá preguntas Teóricas e/ou de aplicación práctica.

Esta modalidade é aplicable nas convocatorias do mesmo curso académico.

2) AVALIACIÓN NON CONTINUA

No caso de que o estudante non opte pola avaliación continua, este terá que realizar unha proba escrita. Dita proba comporase de dúas partes: Teórica (poderá conter preguntas tipo test e/ou preguntas curtas e de desenvolvemento) Práctica: resolución de preguntas que requiran a aplicación práctica dos coñecementos. Esta proba NON ten porque ser igual a que terán que superar os alumnos que opten pola avaliación continuada,

En segunda convocatoria, manterase o procedemento de avaliación anteriormente descrito.

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 2017-18.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Mercadotecnia turística/O04G240V01303