



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Distribución turística

Materia	Distribución turística			
Código	O04G740V01421			
Titulación	PCEO Grao en Turismo/Grao en Xeografía e Historia			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	4	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			

## Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código

### Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Analizar o papel que desempeñan os intermediarios no mercado turístico	
Familiarizar o alumno co funcionamento dos sistemas de distribución turística	
Analizar o impacto de Internet e das novas tecnoloxías nos Canales de Distribución Turísticos	

### 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 Minoristas.
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
Traballo tutelado	3	30	33
Seminario	1.5	16	17.5
Traballo	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
Traballo tutelado	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
Seminario	As titorías se poderán desenvolver de forma individual ou en grupo, previa organización das mesmas co profesor

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	Tempo dedicado polo profesor á atención personalizada do estudante.

### Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Lección maxistral	Exame	50	
Resolución de problemas	Consiste na resolución de exercicios e de traballos ben de forma individual ou en grupo	15	
Traballo tutelado	Realización de exercicios e casos na propia aula	15	
Traballo	Realización e exposición de traballos en grupo	20	

### Outros comentarios sobre a Avaliación

Aplicarase un sistema dobre de posible avaliación; podendo o alumno optar por aquel que desexe:

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 sesións 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.

- Sobre un máximo de 3 puntos o traballo realizado en clase .

- Ata 2 puntos unha proba na que resolvan algúns aspectos teórico prácticos realizados coa materia (os alumnos que teñan acadado a puntuación de 5 puntos nas dúas valoracións anteriores non terán que realizar esta proba)

### Bibliografía. Fontes de información

#### Bibliografía Básica

#### Bibliografía Complementaria

### Recomendacións

**Materias que se recomienda ter cursado previamente**

---

Mercadotecnia turística/O04G240V01303

---