

COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y DEL OCIO

Curso 2013/2014

(Código: 65033111)

1. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura es la extensión lógica de la impartida en el primer curso del Grado en Turismo: "Introducción al Marketing Turístico".

Por tanto, aborda el estudio de aquellos aspectos que merecen atención en un Plan de Estudios de Turismo desde la perspectiva del Marketing y la Comunicación, y que no pudieron ser tratados con la debida atención en la asignatura del primer curso.

En concreto, el estudiante encontrará las principales cuestiones relativas al comportamiento del consumidor, a la planificación estratégica en las empresas turísticas, a los productos culturales y del ocio, a los destinos turísticos y a la comunicación y distribución en estos ámbitos.

2. CONTEXTUALIZACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y DEL OCIO se imparte en el SEGUNDO cuatrimestre del TERCER curso, y es una asignatura obligatoria del Plan de Estudios.

Es además una de las cuatro asignaturas cuatrimestrales, de 6 créditos ETCS cada una, que desarrollan la materia DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y TRANSPORTES.

Dicha materia tiene como objetivo genérico conocer los principios de la gestión integral de la distribución turística: intermediarios turísticos, canales de distribución y estrategias de comunicación. Teniendo en especial consideración el marco legal de la empresa turística y las TIC al servicio de la distribución y el transporte. Todo ello con un enfoque de mejora de la comunicación y servicio al cliente.

Las competencias específicas que el estudiante debería adquirir cursando la asignatura COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y DEL OCIO son las siguientes:

- Analizar los fundamentos del marketing así como los objetivos, estrategias y políticas comerciales.
- Evaluar alternativas de planificación, dirección y control de empresas turísticas, así como saber tomar decisiones estratégicas.
- Tener una marcada orientación de servicio al cliente.

3. REQUISITOS PREVIOS REQUERIDOS PARA CURSAR LA ASIGNATURA



Ninguno.

4.RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El aprendizaje permitirá al estudiante:

- Analizar el comportamiento del consumidor de productos de turismo y de ocio.
- Aplicar el resultado de dichos análisis a la gestión y estrategias de comunicación y distribución de los productos.
- El estudiante utilizará las técnicas de investigación de marketing y gestionará la comunicación y distribución de productos turísticos y del ocio.

5.CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

1. Pronosticar el comportamiento del consumidor
2. Cómo representar el comportamiento de compra
3. Técnicas para analizar los segmentos en los mercados
4. Las estrategias de empresa
5. La importancia del capital relacional en el turismo
6. Decisiones estratégicas
7. Más allá: Cultura y Ocio
8. Los destinos turísticos
9. Imagen de los destinos para el consumidor
10. Comunicación y distribución

6.EQUIPO DOCENTE

- [MARIA DOLORES REINA PAZ](#)
- [GEMA JUBERIAS CACERES](#)
- [JESUS MANUEL PLAZA LLORENTE](#)
- [MARIA AI NHOA RODRIGUEZ OROMENDIA](#)
- [RAMON RUFIN MORENO](#)
- [CLAUDIA SEVILLA SEVILLA](#)

7.METODOLOGÍA Y ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

El estudiante dispondrá de un material didáctico básico (véase el apartado de "Bibliografía Básica") en el que encontrará además actividades recomendadas para consolidar los conceptos teóricos aprendidos.

También encontrará reseñas de libros que le permitirán ampliar, profundizar o ejercitar sus conocimientos cuando lo considere deseable o necesario.



Las actividades formativas del estudiante se distribuyen de la siguiente manera:

- Trabajo autónomo: estudio de los contenidos teóricos del material didáctico básico, realización de las actividades propuestas en dicho material, y preparación de las pruebas de evaluación y realización de las mismas.
- Trabajo en contacto con los equipos docentes y profesores tutores. Además de las orientaciones y los materiales de estudio diseñados por el equipo docente, el estudiante puede recurrir a la comunicación con los profesores del equipo docente para la resolución de dudas, así como con los profesores tutores (véase el apartado de "tutorización") para, además de la resolución de dudas, la realización de las actividades que los mismos propongan, bien en la tutoría presencial o en la tutoría en línea.

A todos estos efectos, además de utilizar el canal de comunicación del curso virtual, el estudiante podrá plantear cuestiones al profesorado todos los jueves lectivos del segundo cuatrimestre de 16 a 20 horas (véase apartado de "recursos de apoyo").

Todas estas actividades ayudarán a valorar la adquisición de conocimientos y su aplicación práctica, así como las competencias, habilidades y aptitudes relacionadas con la asignatura.

El reparto recomendado de las horas del trabajo del estudiante que representan los ECTS es el siguiente: 60% para el trabajo autónomo y 40% para el correspondiente a la interacción con equipos docentes y profesores tutores.

8.EVALUACIÓN

1. PRUEBAS PRESENCIALES

Las pruebas presenciales ordinarias constarán de un test o prueba objetiva. Excepto en el caso de los exámenes de reserva y especiales.

El test lo formarán veinticinco preguntas con cuatro respuestas alternativas cada una, de las cuales sólo una será correcta. Los errores penalizarán en una proporción equivalente a la mitad de lo que puntúan positivamente los aciertos. Será imprescindible obtener una puntuación total de cinco en el test para aprobar la asignatura.

2.- OTRAS ACTIVIDADES

Prueba de evaluación continua:

Tiene carácter voluntario. El estudiante podrá participar en la actividad de evaluación continua que consistirá en la realización de ejercicios cuya resolución le pueda ayudar en la asimilación de los contenidos de la asignatura. La calificación en esta prueba equivale al 10% de la calificación final.

El resultado de esta actividad se tendrá en cuenta para la calificación final siempre y cuando se alcance una nota mínima de aprobado en la prueba presencial, tanto en la convocatoria ordinaria como extraordinaria.

9.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Comentarios y anexos:

Hay un libro básico y único para la preparación de la asignatura:



10. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

11. RECURSOS DE APOYO

El estudiante dispondrá de una GUÍA DE ESTUDIO en el curso virtual en la que se introducen los temas de estudio (véase el apartado de "Contenidos"), se ofrece el PROGRAMA DETALLADO de la asignatura, así como lo que se espera que el alumno aprenda en cada uno de los temas.

La consulta de esta GUÍA DE ESTUDIO es imprescindible para el aprendizaje, así como para la utilización correcta del material didáctico básico en la preparación de las pruebas de evaluación.

Además, el equipo docente de la asignatura atenderá las dudas que pudieran surgir en el siguiente horario (dentro del calendario lectivo) y teléfono, o correo electrónico:

Jueves, de 16 a 20 h. Tel.: 91 398 88 34 Fax: 91 398 63 41

Correo electrónico: gjuberias@cee.uned.es

Servicio telefónico automático (para calificaciones): 902 25 26 00

El estudiante tendrá también a su disposición los medios existentes en la excelente red de bibliotecas de la UNED, incluida la más próxima de su centro asociado, en los horarios establecidos al efecto. Muchos de los servicios de biblioteca son también accesibles on-line a través del Campus UNED (www.uned.es).

12. TUTORIZACIÓN

En principio, todos los estudiantes tienen un profesor tutor en su centro asociado, al que pueden acudir en los horarios previstos para resolver sus dudas y comentar la evolución de su trabajo.

La figura del profesor tutor de los centros asociados es esencial en la UNED, pues permite el contacto directo y personal en el aprendizaje a voluntad del estudiante.

