7-08

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI



COMUNICACION Y DISTRIBUCION DE PRODUCTOS TURISTICOS

CÓDIGO 01563023

UNED

7-08

COMUNICACION Y DISTRIBUCION DE PRODUCTOS TURISTICOS

CÓDIGO 01563023

ÍNDICE

OBJETIVOS
CONTENIDOS
EQUIPO DOCENTE
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

OBJETIVOS

Transmitir un conocimiento exhaustivo sobre la gestión de la comunicación y distribución de productos turísticos, acorde con la formación previa que el alumno habrá adquirido en el área comercial de la empresa turística.
Para conseguir este objetivo, el programa de la asignatura, cuya sinopsis se ofrece en el siguiente punto de estas orientaciones, incluye el aprendizaje de todos los instrumentos de marketing pertenecientes a las variables comerciales de comunicación, promoción y distribución.
Además, y dada su vigencia en el Marketing Turístico, se han incluido dos temas específicos que versan sobre Marketing Relacional (fidelidad del cliente) mediante la Calidad del producto ofrecido y sobre Marketing de Destinos Turísticos, respectivamente.

CONTENIDOS

Tema 1. Construyendo la fidelidad del cliente a través de la calidad.
Tema 2. Canales de distribución.
Tema 3. Promoción de producto: políticas de comunicación y promoción. Publicidad.
Tema 4. La promoción del producto: relaciones públicas y promoción de ventas.
Tema 5. La venta profesional.
Tema 6. Marketing de destinos turísticos.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	RAMON RUFIN MORENO
Correo Electrónico	rrufin@cee.uned.es
Teléfono	91398-6347
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	MARIA DOLORES REINA PAZ
Correo Electrónico	mreina@cee.uned.es
Teléfono	91398-7355
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	MARIA AINHOA RODRIGUEZ OROMENDIA
Correo Electrónico	arodriguez@cee.uned.es
Teléfono	91398-8704
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	GEMA JUBERIAS CACERES
Correo Electrónico	gjuberias@cee.uned.es
Teléfono	91398-8834
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	JESUS MANUEL PLAZA LLORENTE
Correo Electrónico	jplaza@cee.uned.es
Teléfono	91398-9238
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788420538952
Título:MARKETING PARA TURISMO (1ª)
Autor/es:Rufín Moreno, Ramón ; Reina Paz, Mª Dolores ; Makens, James ; Bowen, John ; Kotler, Philip ;
Editorial:PEARSON-PRENTICE HALL

El **programa** oficial de la asignatura y las **instrucciones para el estudio** y la evaluación, **deberán consultarse** en la siguiente página web:
www.uned.es/dpto-eeyc/asigturismo.htm
La unidad didáctica para preparar la asignatura será la siguiente:
Ph. KOTLER, J. BOWEN, J. MAKENS, R. RUFÍN y M.ª D. REINA: *Marketing para Turismo*. Editorial Pearson-Prentice Hall. Madrid, 2003.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

SISTEMA DE EVALUACIÓN

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.

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

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 56
Página *web* del Departamento: http://www.uned.es/dpto-eeyc/asigturismo.htm

---

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.