

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI



COMUNICACION Y DISTRIBUCION DE PRODUCTOS TURISTICOS

CÓDIGO 01563023

8-09
60

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

Correo Electrónico

Teléfono

Facultad

Departamento

RAMON RUFIN MORENO

rrufin@cee.uned.es

91398-6347

FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos

Correo Electrónico

Teléfono

Facultad

Departamento

MARIA DOLORES REINA PAZ

mreina@cee.uned.es

91398-7355

FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos

Correo Electrónico

Teléfono

Facultad

Departamento

MARIA AINHOA RODRIGUEZ OROMENDIA

arodriguez@cee.uned.es

91398-8704

FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos

Correo Electrónico

Teléfono

Facultad

Departamento

GEMA JUBERIAS CACERES

gjuberias@cee.uned.es

91398-8834

FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos
Correo Electrónico
Teléfono
Facultad
Departamento

JESUS MANUEL PLAZA LLORENTE
jplaza@cee.uned.es
91398-9238
FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
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.