

9-10

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI



COMUNICACION Y DISTRIBUCION DE PRODUCTOS TURISTICOS

CÓDIGO 01563023

UNED

9-10

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 estratégica de productos turísticos. Se trata de una formación avanzada en marketing que extiende y profundiza en 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 conocimiento de las empresas que distribuyen y promocionan productos turísticos, el aprendizaje de los métodos de decisión e investigación en marketing turístico, los procesos estratégicos del mismo y cuestiones específicas como la importancia del precio y el comercio electrónico.

Además, y dada la afinidad de los productos turísticos con los productos culturales en general, se ha incluido un tema dedicado al marketing de estos últimos.

CONTENIDOS

Tema 1. Las empresas de producción y distribución de productos turísticos.

Tema 2. El método de decisión e investigación en marketing turístico.

Tema 3. El análisis estratégico.

Tema 4. La estrategia.

Tema 5. El precio en las estrategias.

Tema 6. Comercio electrónico.

Tema 7. Productos afines: el marketing cultural.

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):9788496808188

Título:MARKETING AVANZADO (1ª)

Autor/es:Rufín Moreno, Ramón ;

Editorial:SANZ Y TORRES

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 básica y única para preparar la asignatura será la siguiente:

RUFÍN, R: *Marketing Avanzado*. Madrid, 2008

Editorial Sanz y Torres

Telf: 902-400-415

www.sanzytorres.com

libreria@sanzytorres.com

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-eeec/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.