19-20

GRADO EN TURISMO
TERCER CURSO

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y DEL OCIO

CÓDIGO 65033111

UNED

19-20

COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y DEL OCIO

CÓDIGO 65033111

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA
ADENDA AL SISTEMA DE EVALUACIÓN CON MOTIVO DE LA PANDEMIA COVID 19

Nombre de la asignatura	COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y DEL OCIO
Código	65033111
Curso académico	2019/2020
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD
Título en que se imparte	GRADO EN TURISMO
Curso	TERCER CURSO
Periodo	SEMESTRE 2
Tipo	OBLIGATORIAS
Nº ETCS	6
Horas	150.0
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

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.
Además se estudiarán diversas **técnicas cuantitativas** de investigación de marketing, tanto teóricamente como con la realización de **ejercicios intercativos en el manual online** de la asignatura.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Ninguno.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	GEMA JUBERIAS CACERES (Coordinador de asignatura)
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	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	CLAUDIA SEVILLA SEVILLA
Correo Electrónico	csevilla@cee.uned.es
Teléfono	91398-9048
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

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 lectivos, de 10 a 14 horas.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Madrid.
Tel.: 91 398 88 34/6347
Correo electrónico: **gjuberias@cee.uned.es**
También hay tutorías intercampus de cada tema del programa en el Aula Virtual de la asignatura, tanto en directo como en diferido.

TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS

En el enlace que aparece a continuación se muestran los centros asociados y extensiones en las que se imparten tutorías de la asignatura. Estas pueden ser:

- **Tutorías de centro o presenciales**: se puede asistir físicamente en un aula o despacho del centro asociado.
- **Tutorías campus/intercampus**: se puede acceder vía internet.

La información ofrecida respecto a las tutorías de una asignatura es orientativa. Las asignaturas con tutorías y los horarios del curso actual estarán disponibles en las fechas de inicio del curso académico. Para más información contacte con su centro asociado.
Consultar horarios de tutorización de la asignatura 65033111

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

Comunicación y Distribución de Productos Turísticos y del Ocio es 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.

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 se ejercitará en algunas de las técnicas de investigación de marketing y gestionará la comunicación y distribución de productos turísticos y del ocio.

CONTENIDOS

1. Pronosticar el comportamiento del consumidor. Ejercicios

2. Cómo representar el comportamiento de compra. Ejercicios

3. Técnicas para analizar los segmentos en los mercados. Ejercicios

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

METODOLOGÍA

El estudiante dispondrá de un **material didáctico básico y único** (véase el apartado de "Bibliografía Básica") en el que encontrará también actividades recomendadas para consolidar los conceptos teóricos aprendidos, **pruebas de test y ejercicios numéricos interactivos,** además de simulaciones para la **preparación de las pruebas presenciales**.
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 en centros asociados") 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 10 a 14 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.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

TIPO DE PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen	Examen tipo test
Preguntas test	25
Duración del examen	90 (minutos)

Material permitido en el examen

Ninguno

Criterios de evaluación

Cada pregunta tiene una sola alternativa correcta.
Los errores penalizan en una porción equivalente a la mitad de lo que puntúan positivamente los aciertos. Las preguntas en blanco no puntúan.

% del examen sobre la nota final	80
Nota del examen para aprobar sin PEC	
Nota máxima que aporta el examen a la calificación final sin PEC	8
Nota mínima en el examen para sumar la PEC	5

Comentarios y observaciones

Los exámenes de reserva y el extraordinario de diciembre no serán tipo test. Constarán de cuatro preguntas a desarrollar.

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC? Si

Descripción

La PEC consistirá en preguntas tipo test similares a los ejercicios interactivos del material básico de la asignatura (manual online) a contestar en dicho manual online. **Para quienes no adquieran el material básico se propondrá una PEC específica en el curso virtual (plataforma Alf) de la asignatura. Dicha PEC constará de preguntas tipo test sobre cuestiones teóricas y sobre ejercicios numéricos de la bibliografía complementaria.**

Criterios de evaluación

Cada pregunta tiene una sola alternativa correcta. Los errores penalizan un 50% de lo que suman las preguntas contestadas correctamente. Las preguntas en blanco no puntúan.
El resultado de la PEC se tendrá en cuenta para la calificación final de la asignatura siempre y cuando se alcance una nota mínima de 5 en la prueba presencial, tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria.

Ponderación de la PEC en la nota final	20%
Fecha aproximada de entrega	

Comentarios y observaciones

La fecha y hora de realización de las PEC, así como su duración, se comunicarán con antelación suficiente en el curso virtual de la plataforma Alf.

OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s? No

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

La nota final resulta de la suma de la calificación obtenida en la prueba presencial (que es el 80% de la nota final) y en la PEC.
La puntuación de la PEC será de un 20% (es decir, un máximo de 2 puntos sobre la nota final).
El resultado de la PEC se tendrá en cuenta para la calificación final de la asignatura siempre y cuando se alcance una nota mínima de 5 en la prueba presencial, tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

El material didáctico básico recomendado para estudiar la asignatura es el siguiente manual online:
Ramón Rufín: Comunicación y Distribución en Turismo. Fundación UNED, 2017.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Alternativamente el estudio de la asignatura también podrá realizarse a través de los siguientes manuales:

•Rosa M. Hernández, A. Garrido y A. González: *Ejercicios de Marketing*. Editorial ESIC, 2016. ISBN 978-84-16462-65-0
•Manuel Rey (coord.): *Marketing Turístico. Fundamentos y Dirección*. Editorial Pirámide, 2017. ISBN 978-84-368-3688-2
•Ramón Rufín: *Marketing del Turismo y el Ocio*. Editorial Sanz y Torres, 2013. ISBN 978-84-15550-32-7
•Ramón Rufín: *Marketing. Conceptos, Instrumentos y Estrategias*. Editorial UNED, 1999. ISBN 978-84-362-3737-5

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

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 lectivos, de 10 a 14 horas.

Correo electrónico: **gjuberias@cee.uned.es**

También pueden ser de utilidad las bibliotecas de los Centros Asociados para la **consulta del material didáctico** básico.

ADENDA AL SISTEMA DE EVALUACIÓN CON MOTIVO DE LA PANDEMIA COVID 19

https://app.uned.es/evacaldos/asignatura/adendasig/65033111

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.