20-21

GRADO EN TURISMO
TERCER CURSO

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA

COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y DEL OCIO

CÓDIGO 65033111

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección https://sede.uned.es/valida/
FAC7A519487927 5BD8FC8EF94EDE7552

20-21

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

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección https://sede.uned.es/valida/
FAC7A519487927 5BD8FC8EF94EDE7552

Nombre de la asignatura	COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y DEL OCIO
Código	65033111
Curso académico	2020/2021
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.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA

No existen requisitos previos exigibles para poder cursar esta asignatura.
Se recomienda haber estudiado la asignatura INTRODUCCIÓN AL MARKETING TURÍSTICO (Código: 65031052) del Primer Curso del Grado en Turismo, pero no es obligatorio.

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

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección https://sede.uned.es/valida/
FAC7A519487927 5BD8FC8EF94EDE7552

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
Correo electrónico: **gjuberias@cee.uned.es**
También hay tutorías intercampus de cada tema del programa en el Aula Virtual de la asignatura.

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.

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.

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección https://sede.uned.es/valida/
FAC7A519487927 5BD8FC8EF94EDE7552

•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.

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

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección https://sede.uned.es/valida/
FAC7A519487927 5BD8FC8EF94EDE7552

10. Comunicación y distribución

METODOLOGÍA

El estudiante dispondrá de un material didáctico básico con el que podrá seguir el estudio de la asignatura. En dicho material encontrará una serie de elementos didácticos que servirán para el aprendizaje de la asignatura y que le serán de especial ayuda para comprender y asimilar los diferentes contenidos abordados a lo largo del temario, teniendo en cuenta la metodología de estudio a distancia.
Las actividades formativas del estudiante se distribuyen de la siguiente manera:

- **Trabajo autónomo**: estudio de los contenidos del material didáctico básico.
- **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, 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.

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

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 (puntuación por respuesta correcta: 0,4; penalización por respuesta incorrecta: 0,2). Las preguntas sin contestar no penalizan. Será imprescindible obtener una puntuación total de 5 en el test para aprobar la asignatura.

% del examen sobre la nota final	100
Nota del examen para aprobar sin PEC	5

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección https://sede.uned.es/valida/
FAC7A519487927 5BD8FC8EF94EDE7552

Nota máxima que aporta el examen a la calificación final sin PEC: 10

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 en un tiempo máximo de 90 minutos.

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC?: Si

Descripción

La PEC consistirá en diez preguntas tipo test en un tiempo máximo de 30 minutos. Se publicará en el curso virtual de la asignatura y tendrá siempre carácter voluntario.

Criterios de evaluación

Cada pregunta tendrá una puntuación de 0,1 puntos obteniéndose como máximo 1 punto. Las respuestas incorrectas no penalizan. 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 (junio) como en la extraordinaria (septiembre).**

Ponderación de la PEC en la nota final: 10%

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

La fecha (día y hora) de realización de las PEC se comunicará con antelación suficiente en el curso virtual de la asignatura.

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?

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección https://sede.uned.es/valida/
FAC7A519487927 5BD8FC8EF94EDE7552

Para aprobar la asignatura, se ha de obtener **al menos un 5 en la Prueba Presencial (PP)**.

Si el estudiante aprueba la PP, su nota final será la siguiente:

Si solamente realiza la PP: la nota final será la obtenida en el examen presencial .

Si además de la PP, realiza la PEC: la nota final será el resultado de sumar la puntuación obtenida en la PEC (máximo 1 punto) a la obtenida en la PP.

Se podría asignar Matrícula de Honor a aquellos estudiantes que hayan obtenido la nota máxima tanto en la PP como en la PEC, teniendo en cuenta que, de conformidad con la normativa vigente, el número de Matrículas de Honor que puede concederse es limitado y está en función del número total de alumnos matriculados.

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

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección https://sede.uned.es/valida/

FAC7A519487927 5BD8FC8EF94EDE7552

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

El estudiante tendrá a su disposición, dentro del aula virtual una **Guía de Estudio Completa** de la asignatura en la que encontrará el programa de la asignatura (apartado contenidos).
Esta Guía será su máximo apoyo en el estudio de la asignatura, y resulta por tanto imprescindible para el aprendizaje, la correcta asimilación de conceptos y para la preparación de las pruebas de evaluación.
También pueden ser de utilidad las bibliotecas de los Centros Asociados para la consulta del material didáctico.

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.

Ámbito: GUI - La autenticidad, validez e integridad de este documento puede ser verificada mediante el "Código Seguro de Verificación (CSV)" en la dirección https://sede.uned.es/valida/
FAC7A519487927 5BD8FC8EF94EDE7552