



GUÍA DOCENTE 2024-2025
DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN TURÍSTICA

1. Denominación de la asignatura:

DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN TURÍSTICA

Titulación

GRADO EN TURISMO

Código

6765

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

4.a Profesor/a que imparte la docencia en el curso online (Si fuese impartida por más de uno/a incluir todos/as) :

ESTHER CALDERON-MONGE-Tlf. 947258967; ecalderon@ubu.es

4.b Coordinador/a de la asignatura online

ESTHER CALDERON-MONGE. DESPACHO 2073, ecalderon@ubu.es; Tlfno. +34 947 258967

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

2º CURSO 4º SEMESTRE

6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria



7. Requisitos de formación previos para cursar la asignatura:

MARKETING TURÍSTICO

8. Número de créditos ECTS de la asignatura:

6

9. Competencias que debe adquirir el/la estudiante al cursar la asignatura

T1: Capacidad de análisis y síntesis. T5: Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio T6: Capacidad de gestión de la información. T7. Resolución de problemas T8: Toma de decisiones y adaptación a nuevas situaciones. T10: Trabajo en un contexto internacional. E1: Comprender los principios del Turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica. * Competencia de sostenibilización curricular E2: Analizar la dimensión económica del turismo. * Competencia de sostenibilización curricular E9: Dirigir y gestionar los distintos tipos de entidades turísticas. E20: Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial. T11. Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad * Competencia de sostenibilización curricular T15. Conocimiento de otras culturas y costumbres * Competencia de sostenibilización curricular T18. Sensibilidad hacia los temas medioambientales * Competencia de sostenibilización curricular
--

10. Programa de la asignatura

10.1- Objetivos docentes

O1.- Aplicar los conocimientos fundamentales de marketing y otras disciplinas ya cursadas para la elaboración de un producto turístico con el fin de comercializarlo y promocionarlo O2.- Aprender los fundamentos de las empresas de servicios de intermediación y distribución turística. O3.-Aplicar al producto turístico elaborado los principios básicos de la gestión de las distintas áreas funcionales de las empresas de servicios de intermediación y distribución turística, así como adaptarlo a los factores que determinan los cambios de su entorno. O4.- Proporcionar al alumnado las herramientas para poder desarrollar las acciones de



comunicación para una empresa del sector turístico tanto con los instrumentos convencionales de comunicación comercial como con otras formas más novedosas y que están repercutiendo en gran medida en el sector turístico

10.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)

I INTRODUCCIÓN

TEMA 1. EL PAPEL DEL MARKETING EN LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE DESTINOS TURÍSTICOS

1. Importancia del turismo para la economía de los destinos turísticos
2. Estrategias e inversiones en turismo

TEMA 2. EL MARKETING DE DESTINOS TURÍSTICOS

1. Introducción al marketing de destinos
2. El turismo como opción de desarrollo
3. La intervención en la planificación del destino
4. El turismo sostenible

II DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

TEMA 3. LAS ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. El concepto y funciones de la distribución turística.
2. Organización y comportamiento de los canales de distribución.
3. Responsabilidad de los miembros del canal y de los proveedores.
4. Localización del negocio. Tipología y decisiones estratégicas

TEMA 4. LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA

1. Importancia de las nuevas tecnologías en el sector turístico.
2. El impacto del comercio electrónico en la estructura de la industria turística.
3. Repercusiones de las nuevas tecnologías en los proveedores turísticos.
4. Los intermediarios turísticos: retos y estrategias ante el comercio electrónico.
5. El consumidor turístico ante el comercio electrónico

III COMUNICACIÓN TURÍSTICAS

TEMA 5. LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN COMERCIAL

1. Empresa y comunicación comercial en turismo.
2. Herramientas de la comunicación en turismo y redes sociales.
3. El plan de comunicación en turismo



10.3- Acceso a la Bibliografía Recomendada desde Leganto

https://leganto.ubu.es/leganto/public/34BUC_UBU/lists?courseCode=6765&auth=SAML

11. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el/la estudiante:

APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS

Metodología	Competencia relacionada	Horas de trabajo
CUESTIONARIOS DE AUTOEVALUCION Y MAPAS CONCEPTUALES	T1-E1-E2	25
DEBATE VIRTUAL y/o WIKI	T6-T7-E9	50
PRESENTACIONES	T7-T8-E20	25
DEBATE VIRTUAL PROYECTO FINAL Y PRESENTACIÓN	T7-T8-T10-E20	50
Total		150

12. Sistemas de evaluación:

La asignatura consta de 5 actividades relacionadas con un problema que se plantea al principio de la asignatura. Las actividades se ha de realizar consecutivamente. El sistema de Aprendizaje basado por Proyectos no incluye exámenes, el alumno o alumna puede superar la asignatura con la suma de las notas de cada actividad. En el caso de no superar la asignatura en la primera convocatoria, en la segunda convocatoria, el alumno o alumna podrá recuperar aquellas actividades no realizadas o volver a realizar aquella otras actividades realizadas con una baja puntuación. Para la realización de tutorías y exámenes, resulta imprescindible disponer de webcam y micrófono activados. Además, determinadas pruebas de evaluación podrán realizarse mediante videoconferencia (Teams, vinculada a la cuenta de alumno o alumna de la UBU) y/o requerir validación de identidad mediante el uso de sistemas de reconocimiento facial. La profesora podrá utilizar cualquier herramienta anti-plagio que la Universidad ponga a su disposición para asegurar que no ha habido copia o plagio en ninguna de las pruebas de evaluación realizadas por los alumnos o alumnas. Si el alumno o alumna no autorizara su uso no podrá ser evaluado de ese procedimiento y se le calificará con un cero.



Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Cuestionarios autoevaluación y mapas conceptuales	20 %	20 %
Debate virtual y/o wiki	30 %	30 %
Presentación	20 %	20 %
Debate virtual y proyecto final	30 %	30 %
Total	100 %	100 %

13. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial del curso online:

VÍDEOS Y LECTURAS ESPECÍFICAS MATERIALES Y ACTIVIDADES EN LA PLATAFORMA MOODLE ENLACES A REVISTAS ESPECÍFICAS TUTORIALES Para la realización de tutorías y exámenes, resulta imprescindible disponer de webcam y micrófono activados. Además, determinadas pruebas de evaluación podrán realizarse mediante videoconferencia (Teams, vinculada a la cuenta de alumno de la UBU) y/o requerir validación de identidad mediante el uso de sistemas de reconocimiento facial

14. Idioma en que se imparte la asignatura online:

ESPAÑOL
