



GUÍA DOCENTE 2026-2027
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 // Resultados de aprendizaje

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 (management) los distintos tipos de entidades turísticas. E20: Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial. T12. Razonamiento crítico T14. Aprendizaje autónomo 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/resultados de aprendizaje que debe adquirir/alcanzar el/la estudiante:

APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS

Metodología	Competencia/resultado de aprendizaje relacionado	Horas de trabajo
PRUEBAS DE EVALUACIÓN Y TRABAJO AUTÓNOMO	T1-E1-E2	25
TUTORÍAS INDIVIDUALES, PARTICIPACIÓN EN FOROS Y OTROS MEDIOS COLABORATIVOS	T6-T7-T12-E9	50
EXPOSICIÓN Y DEFENSA PÚBLICA	T7-T8-E20	25
ACTIVIDADES AUTÓNOMAS (trabajos y lecturas dirigidas)	T5- T7-T8-T10-T14-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/a 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/a 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.

El alumno que haya hecho uso de la inteligencia artificial en alguna de las pruebas de evaluación continua deberá hacer constar en ellas el siguiente texto:

"Se ha utilizado [Nombre de la IA] para [especificar uso, ej: mejorar la redacción, organizar el esquema, resumir textos, generar imágenes] en la elaboración de este trabajo. El estudiante [Nombre con apellidos] asume la responsabilidad total de la precisión, coherencia y verificación de la información generada, garantizando que el desarrollo global y las conclusiones del trabajo son de autoría propia y cumplen con las normas de integridad académica."

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Cuestionarios autoevaluación y mapas conceptuales	20 %	20 %
Debates virtuales	20 %	20 %
Presentación	20 %	20 %
Proyecto final, exposición y defensa del proyecto	40 %	40 %
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