



GUÍA DOCENTE 2021-2022  
**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 que imparte la docencia en el curso online (Si fuese impartida por mas de uno/a incluir todos/as) :**

ESTHER CALDERON-MONGE-Tlf. 947258967; [ecalderon@ubu.es](mailto:ecalderon@ubu.es)

**4.b Coordinador de la asignatura online**

ESTHER CALDERON-MONGE. DESPACHO 2073, [ecalderon@ubu.es](mailto: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 alumno/a al cursar la asignatura**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| T1: Capacidad de análisis y síntesis.<br>T5: Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio<br>T6: Capacidad de gestión de la información.<br>T7. Resolución de problemas<br>T8: Toma de decisiones y adaptación a nuevas situaciones.<br>T10: Trabajo en un contexto internacional.<br>E1: Comprender los principios del Turismo: su dimensión espacial, social, cultural, política, laboral y económica.<br>E2: Analizar la dimensión económica del turismo.<br>E9: Dirigir y gestionar los distintos tipos de entidades turísticas.<br>E20: Comprender el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales en el ámbito mundial. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**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 comercializarlos y promocionarlo<br>O2.- Aprender los fundamentos de las empresas de servicios de intermediación y distribución turística.<br>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.<br>O4.- Proporcionar al alumno 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.
3. El plan de comunicación en turismo

## **10.3- Bibliografía**

### **BIBLIOGRAFÍA BÁSICA**

Ameigeiras, Celia, (2014) Comercialización y venta de servicios turísticos, Síntesis (disponible en ebook),  
Benjamín del Alcázar Martínez, (2002) Los canales de distribución en el sector turístico., ESIC, Madrid,  
Campo Martínez, Sara, (2012) Publicidad y promoción en la empresa turística, Síntesis , (disponible en ebook),  
Fernández-Villarán Ara, A.; Rodríguez Zulaica, A y Pastor Ruíz, R., (2019) Distribución Turística, 1ª, Síntesis, Madrid, (disponible en Ubook).



González, Y., Escobar; A.J. y Rivero; S., (2013) Dirección de entidades de intermediación turística, Síntesis (disponible en ebook),

Iglesias Tovar, José Ramón, (2010) Comercialización de productos y servicios turísticos, (disponible en ebook), Síntesis,

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

Antoni Serra Cantallops, (2011) Marketing Turístico, 2ª, Pirámide,

Blasco Castro, Ana, (2010) Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes, (disponible en ebook), Síntesis,

Josep Ejarque, (2016) Marketing y gestión de destinos turísticos, Primera, Pirámide, Madrid, 978-84-368-3509-0,

Mª José Garrido Samaniego, (2004) Marketing del Patrimonio Cultural, Primera, Pirámide,

Nuria Recuerdo Virto y otros, (2016) Marketing del turismo cultural, Primera, ESIC, Madrid, 978-84-16462-61-2,

Philip Kotler, (2011) Marketing para turismo, Pearson,

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

**APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS**

| Metodología                                          | Competencia relacionada | Horas de trabajo |
|------------------------------------------------------|-------------------------|------------------|
| CUESTIONARIOS DE AUTOEVALUCION<br>MAPAS CONCEPTUALES | T1-E1-E2                | 25               |
| DEBATE VIRTUAL y/o WIKI                              | T6-T7-E9                | 50               |
| PRESENTACIONES                                       | T7-T8-E20               | 25               |
| DEBATE VIRTUAL<br>PROYECTO FINAL Y<br>PRESENTACIÓN   | T7-T8-T10-E20           | 50               |
| <b>Total</b>                                         |                         | 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. Para la realización de tutorías y exámenes, resulta imprescindible disponer de webcam y micrófono activados. Además, determinadas pruebas de evaluación podrán realizarse mediante videoconferencia (Skype empresarial o Teams, vinculada a la cuenta de alumno de la UBU) y/o requerir validación de identidad mediante el uso de sistemas de reconocimiento facial.

| <b>Procedimiento</b>                              | <b>Peso<br/>primera<br/>convocatoria</b> | <b>Peso<br/>segunda<br/>convocatoria</b> |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------|
| Cuestionarios autoevaluación y mapas conceptuales | 20 %                                     | 20 %                                     |
| Debate virtual y/o wiki por grupos                | 30 %                                     | 30 %                                     |
| Presentación                                      | 20 %                                     | 20 %                                     |
| Debate virtual y proyecto final                   | 30 %                                     | 30 %                                     |
| <b>Total</b>                                      | <b>100 %</b>                             | <b>100 %</b>                             |

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

VÍDEOS

LECTURAS ESPECÍFICAS

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