



Guía Docente 2016/2017

Canales de Distribución Turística

Tourism Business Networks

Grado en Turismo

Modalidad de enseñanza presencial



Índice

Canales de distribución turística	3
Breve descripción de la asignatura	3
Brief Description.....	3
Requisitos Previos	4
Objetivos de la asignatura	4
Competencias	5
Metodología	6
Temario.....	6
Relación con otras asignaturas del plan de estudios	8
Sistema de evaluación	8
Bibliografía y fuentes de referencia	9
Web relacionadas	10
Recomendaciones para el estudio	10
Materiales didácticos.....	10
Tutorías.....	11

Canales de distribución turística

Canales de distribución turística

Módulo: **Comercialización e investigación de mercados.**

Materia: **Gestión y distribución comercial.**

Carácter: **Formación Obligatoria.**

Nº de créditos: **6 ECTS.**

Unidad Temporal: **4º curso – 2º cuatrimestre.**

Profesor de la asignatura: **Resurrección Rodríguez Gil**

Email: rrodriguez@ucam.edu

Horario de atención a los alumnos/as: **miércoles de 17:00 h a 19:00 h**

Profesor/a coordinador de módulo, materia o curso: **Ginesa Martínez del Vas**

Breve descripción de la asignatura

En los últimos años hemos sido testigos de una transformación de la cadena de valor en el sector turístico. Los modelos tradicionales de intermediación y venta de paquetes y servicios turísticos (agencias de viajes físicas, tour operadores, etc.) están sufriendo importantes cambios en la comercialización (GDS, INTERNET; CRS; MOVIL, etc). Con este cambio de paradigma y siendo conscientes del desvío del público hacia el mundo virtual, será necesario conocer con mayor precisión cuales son los diferentes canales de distribución y decidir en cual debemos estar.

Esta asignatura estudia los nuevos canales de distribución desde la óptica del marketing. El alumno desde su propia experiencia y tras la búsqueda y análisis de productos turísticos conocerá el canal más adecuado para la comercialización de estos, además de establecer y controlar las diferentes rentabilidades que estos ofrecen.

Brief Description

During the lasts years, we have being witness about all the big transformation that tourism business has suffered. The traditional methods of sales marketing and ways to distribute the tourism packages and services (travel agency, tour operator) are suffering big changes on the way they commercialize them (GDS, IT, CRS, CELULAR; etc.). In this new placement and knowing how people use the new technologies, it is necessary to know very

Canales de distribución turística

specifically, which is the best way of commercialize the tourisms services, and to decide in where we have to be in.

In this subjet, we will study the new tendencies and the best way to promote our tourism products, always from the marketing view. The student (from each own experience and through looking for

and analyzing the different tourism products) will be able to know which way or network will be the best to situate the product as well as to lay down and to control the different rates of benefits they offer.

Requisitos Previos

Con el fin de maximizar los resultados del aprendizaje de esta materia, el alumno debería contar con conocimientos previos de productos turísticos y de nuevas tecnologías.

Objetivos de la asignatura

1. Conocer los diferentes canales de distribución turística, tradicionales, y de nuevas tendencias, así como los intermediarios y principales agentes que forman parte de la distribución turística.
2. Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y su relación con las nuevas tecnologías, foros, blogs, etc.
3. Conocer las principales estrategias que nos ofrece el marketing para decidir la política de distribución según el producto.
4. Estudiar el cambio que está produciendo el comercio electrónico y los procesos de integración y concentración de empresas así como el estudio de la repercusión de internet en la venta y comercialización turística.
5. Analizar los impactos desde el punto de vista de los proveedores y del cliente en el uso de internet como intermediario turístico.

Competencias

Competencias transversales

T1. Capacidad de análisis y síntesis.
 T5. Conocimiento de informática relativo al ámbito de estudio. T14. Razonamiento crítico.
 T16. Aprendizaje autónomo. T24. Capacidad de reflexión.

Competencias específicas

E11. Definir objetivos, estratégicos y políticas comerciales.
 E21. Conocimientos a adquirir en el ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de Intermediación

Resultados de aprendizaje

Comprender, razonar y sintetizar contenidos en el ámbito de la gestión comercial.
 Conocer y utilizar las posibilidades que la informática, en sus diferentes aplicaciones, ofrece al estudio en el ámbito de la gestión comercial.
 Emitir juicios y posicionarse críticamente ante la diversidad de las diferentes situaciones que tienen lugar en el ejercicio profesional en el área de la gestión comercial.
 Gestionar de manera proactiva su proceso de aprendizaje en el ámbito de la gestión comercial Pensar de forma razonada y crítica acerca de cuestiones relacionadas con el ámbito de la gestión comercial.
 Poseer y comprender conocimientos de Dirección Comercial que se apoyan en libros de texto con algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia en su campo de estudio.
 Diferenciar la función comercial de la empresa Conocer y utilizar diferentes estrategias de marketing. Tomar decisiones sobre distribución
 Conocer y saber aplicar los procedimientos operativos de las agencias de viajes

Canales de distribución turística

Conocer y saber aplicar los procedimientos operativos de los tour-operadores

Conocer y saber aplicar los procedimientos operativos de otros actores de intermediación turística

Metodología

Metodología	Horas	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo no presencial
Clases Magistrales	42	60 (40 %)	
Prácticas	9		
Tutorías	6		
Evaluación	3		
Estudio personal	40,5		90 (60 %)
Realización de trabajos	27		
Preparación de clases prácticas	13,5		
Búsquedas bibliográficas	9		
TOTAL	150	60	90

Temario

Unidad didáctica I: La distribución comercial en el sector turístico

Tema 1. Introducción a la distribución turística

- 1.1. La distribución comercial y el marketing turístico
- 1.2. El sistema de distribución del sector turístico.
- 1.3. Funciones de los intermediarios en el sistema de distribución turística.

Tema 2. El canal de distribución en el sector turístico.

- 2.1. Estructura del canal de distribución.
- 2.2. Aspectos a considerar en la elección del canal de distribución.
- 2.3. Criterios de selección de canales de distribución.
- 2.4. Tipología de intermediarios en el sector turístico.

Canales de distribución turística

Unidad didáctica 2: Estructura de la distribución comercial en el sector turístico

Tema 3. Las agencias de viajes en la distribución turística.

3.1. Las agencias de viajes en la distribución turística.

3.2. El papel de las agencias de viajes en la distribución turística.

3.3. Tipología de agencias de viajes.

3.4. Situación actual de las agencias de viajes.

Tema 4. Los tour operadores en la distribución turística.

4.1 El papel de los tour operadores en la distribución turística.

4.2 Tipología de los tour operadores.

4.3 Situación actual.

Tema 5. Los GDS y los CRS en la distribución turística.

5.1 El papel de los GDS y CRS en la distribución turística.

5.2 Situación actual.

Tema 6. Las centrales de reservas en la distribución turística.

6.1 El papel de las centrales de reservas en la distribución turística.

6.2 Tipología de centrales de reservas.

6.3 Situación actual.

Unidad didáctica 3: La distribución comercial ante los cambios en el sector turístico

Tema 7. Las nuevas tecnologías y la distribución turística.

7.1 El impacto del comercio electrónico en la estructura de la industria turística

7.2 Repercusiones de las nuevas tecnologías en los proveedores turísticos

7.3 Los intermediarios turísticos: retos y estrategias ante el comercio electrónico

7.4 El consumidor turístico ante el comercio electrónico

Tema 8. *La integración en la distribución turística*

8.1 Modalidades en la integración empresarial

8.2 La integración vertical en el sector turístico

8.3 La integración horizontal en el sector turístico

Programa de la enseñanza práctica

Canales de distribución turística

Práctica 1. La distribución comercial en el sector turístico. Práctica 2. Estructura de la distribución comercial.

Seminario: La distribución comercial ante los cambios del sector turístico.

Relación con otras asignaturas del plan de estudios

Los contenidos de esta asignatura se relacionan directamente con los de las siguientes asignaturas del plan de estudios:

Geografía de los recursos y los destinos turísticos
Fundamentos de Economía
Planificación y gestión de espacios turísticos sostenibles
Turismo y cooperación al desarrollo local
Consultoría e investigación turística
Gestión pública de destinos turísticos
Gestión de turismo activo, ocio y tiempo libre
Trabajo fin de grado
Prácticas

Sistema de evaluación

Convocatoria de Febrero/Junio:

Parte teórica: 70% del total de la nota.

Parte práctica: 30% del total de la nota. Comprenderá la resolución de supuestos aportados por el profesor y que se desarrollaran a partir del material aportado en clase. Como caso concreto deberá de realizar el siguiente trabajo de campo:

-El alumno deberá de elegir un producto turístico (paquete turístico, hotel, cadena hotelera, casa rural, compañía aérea, crucero, destino turístico, etc...), y realizar un trabajo de campo que versará sobre: Analizar e investigar que canales de distribución se han utilizado para su distribución (internet, Otas, tv, revistas, folletos, agencias de viajes, etc.) y comercialización, realizando un

Canales de distribución turística

muestreo, un estudio DAFO y analizando que tipo de información en cuanto a calidad, datos que ofrece dicho producto en el canal elegido

(información clara o no, imagen corporativa, diseño, página web ágil para realizar reservas, y resto de datos).

-Comparativa de dicho producto con uno similar en el mercado (por ejemplo, Hotel Asia Gardens, vers Hotel La Bobadilla).

-Si es posible, y en su medida estudio del crecimiento o por el contrario descenso del producto elegido.

-Conclusión sobre la investigación realizada (mejoras, cambios, impresiones, sugerencias, etc).

Convocatoria de Septiembre:

Parte teórica: 70% del total de la nota.

Parte práctica: 30% del total de la nota. Requisitos

Bibliografía y fuentes de referencia

Bibliografía básica

Albert Piñolé, I., *Gestión, productos y servicios de las Agencias de Viaje*, Ramón Areces, Madrid,

1999 (Tema 1-2)

Del Alcázar Martínez, B (2002). Los canales de distribución turística... Madrid. Esic. (Tema

1-8) Dorado, J.A., Organización y control de empresas en hostelería y turismo, Síntesis, Madrid, 1996 (Tema 3-5)

Iglesias Tovar, J.R., *Comercialización de productos y servicios turísticos*, Síntesis, Madrid, 1995 (Tema 1-5)

Bibliografía complementaria

Mitre Aranda, M (2011). La producción e intermediación turística en el sector de las agencias de viajes. Oviedo. Universidad de Oviedo.

Canales de distribución turística

De Pablo Redondo, R (2004). Las nuevas tecnologías aplicadas al turismo. Madrid. Centro de estudios Ramón Areces.

Vich i Martorell, G (2003). Comercio electrónico y turismo: caso Balear. Mallorca. Universidad de las Islas Baleares.

Web relacionadas

www.nexotur.es www.trypadvisor.es www.crucerosnet.com www.globalia.es

www.murciaturistica.es (Página oficial de la Consejería de Cultura y Turismo de la Región de Murcia)

www.tourspain.es (Página oficial de tourespaña) www.ine.es (Instituto Nacional de Estadística) www.unwto.org (Organización Mundial del Turismo) www.hosteltur.com

Recomendaciones para el estudio

Es recomendable llevar la asignatura al día. Son muy numerosos los términos que hay que memorizar y entender para su aplicación y el correcto aprovechamiento de las clases, concretamente esta asignatura maneja términos y lenguaje en ocasiones en inglés. Un correcto control de dichos términos ayuda sin duda a la comprensión final de la materia a tratar.

Por otro lado es muy conveniente repasar todo el material didáctico adicional que el profesor adjunte, ya que en la mayoría de las ocasiones se trata de casos prácticos sobre la materia y ayudarán a la comprensión de esta.

Materiales didácticos

Se utilizarán Power points, Webquest, lecciones a través de Ted.com relacionadas con determinados temas, en el caso concreto del Tema 5, lo encuentran en el siguiente enlace: <http://ed.ted.com/on/GOfhlkCl#review>

Temario de la asignatura.

Tutorías

En la Tutoría académica se va a trabajar en el Decreto nº359/2009, de 30 de Octubre, por el que se establece y regula la respuesta educativa a la diversidad del alumnado en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Respecto a la tutoría presencial, la Universidad dispone de un Cuerpo Especial de Tutores, que realiza Tutorías personales con los estudiantes matriculados en el grado. El tutor/a personal acompaña a los estudiantes durante toda la etapa universitaria. Se puede consultar en el siguiente enlace:

<http://www.ucam.edu/servicios/tutorias/preguntas-frecuentes/que-es-tutoria>