



**UCAM**  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DE MURCIA

*20 años*  
*de educación,*  
*amor y servicio*

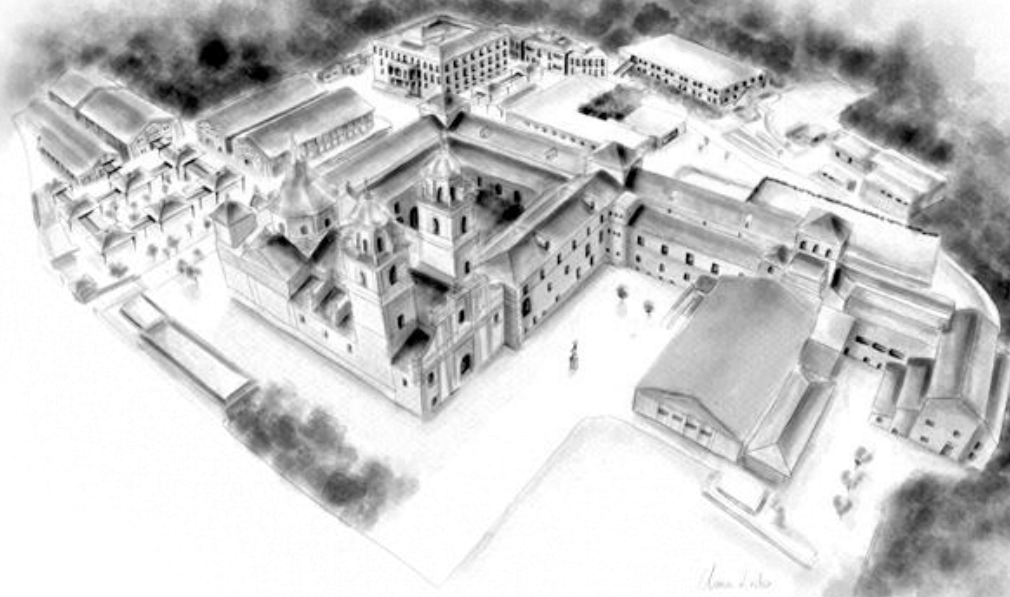
# **Guía Docente 2017/2018**

## **Canales de Distribución Turística**

## **Tourism Business Networks**

Grado en Turismo

Modalidad de enseñanza presencial



## Índice

<b>Breve descripción de la asignatura .....</b>	<b>4</b>
<b>Requisitos Previos .....</b>	<b>5</b>
<b>Objetivos de la asignatura .....</b>	<b>5</b>
<b>Competencias .....</b>	<b>5</b>
<b>Metodología .....</b>	<b>6</b>
<b>Temario.....</b>	<b>6</b>
<b>Relación con otras asignaturas del plan de estudios .....</b>	<b>8</b>
<b>Sistema de evaluación .....</b>	<b>8</b>
<b>Bibliografía y fuentes de referencia .....</b>	<b>9</b>
<b>Web relacionadas .....</b>	<b>9</b>
<b>Recomendaciones para el estudio.....</b>	<b>10</b>
<b>Materiales didácticos .....</b>	<b>10</b>
<b>Tutorías .....</b>	<b>10</b>

## 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 last years, we have been 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 specifically, which is the best way of commercialize the tourism services, and to decide in where we have to be in.

In this subject, 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

---

## Canales de distribución turística

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
-

## Canales de distribución turística

### 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

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		
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>60</b>	<b>90</b>

## Temario

### Programa de la enseñanza teórica

## Canales de distribución turística

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.

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.

---

## Canales de 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

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:

**Exámenes escritos:** 60% de la nota final. Para aprobar la asignatura es necesario alcanzar una calificación de 5 puntos sobre 10 en esta parte.

---

## Canales de distribución turística

**Participación del alumno en actividades formativas:** 40% de la nota final. Para aprobar la asignatura es necesario alcanzar una calificación de 5 puntos sobre 10 en esta parte.

El sistema de calificaciones será el que figura en el R.D. 1.125/2003 de 5 de Septiembre: Suspenso: 0-4,9; Aprobado: 5-6,9; Notable: 7-8,9; Sobresaliente: 9-10. La mención de Matrícula de honor será otorgada por el profesor, y en base al expediente, al 5% de los alumnos con calificación de sobresaliente, salvo que el número de alumnos matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se concederá una única Matrícula de Honor.

### Convocatoria de Septiembre:

Las ponderaciones y requisitos para aprobar la asignatura serán las mismas que en la convocatoria de febrero/junio.

## 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.

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](http://www.nexotur.es)

[www.trypadvisor.es](http://www.trypadvisor.es)

---



## Canales de distribución turística

[www.crucerosnet.com](http://www.crucerosnet.com)

[www.globalia.es](http://www.globalia.es)

[www.murciaturistica.es](http://www.murciaturistica.es) (Página oficial de la Consejería de Cultura y Turismo de la Región de Murcia)

[www.tourspain.es](http://www.tourspain.es) (Página oficial de tourespaña)

[www.ine.es](http://www.ine.es) (Instituto Nacional de Estadística)

[www.unwto.org](http://www.unwto.org) (Organización Mundial del Turismo)

[www.hosteltur.com](http://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/GOfhkCl#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>

---