9-10

GUÍA DE ESTUDIO DE LDI

COMUNICACION Y DISTRIBUCION DE PRODUCTOS TURISTICOS

CÓDIGO 01563023

UNED

9-10

COMUNICACION Y DISTRIBUCION DE PRODUCTOS TURISTICOS

CÓDIGO 01563023

ÍNDICE

OBJETIVOS
CONTENIDOS
EQUIPO DOCENTE
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
IGUALDAD DE GÉNERO

OBJETIVOS

Transmitir un conocimiento exhaustivo sobre la gestión estratégica de productos turísticos. Se trata de una formación avanzada en marketing que extiende y profundiza en la formación previa que el alumno habrá adquirido en el área comercial de la empresa turística.
Para conseguir este objetivo, el programa de la asignatura, cuya **sinopsis** se ofrece en el siguiente punto de estas orientaciones, incluye el conocimiento de las empresas que distribuyen y promocionan productos turísticos, el aprendizaje de los métodos de decisión e investigación en marketing turístico, los procesos estratégicos del mismo y cuestiones específicas como la importancia del precio y el comercio electrónico.
Además, y dada la afinidad de los productos turísticos con los productos culturales en general, se ha incluido un tema dedicado al marketing de estos últimos.

CONTENIDOS

Tema 1. Las empresas de producción y distribución de productos turísticos.
Tema 2. El método de decisión e investigación en marketing turístico.
Tema 3. El análisis estratégico.
Tema 4. La estrategia.
Tema 5. El precio en las estrategias.
Tema 6. Comercio electrónico.
Tema 7. Productos afines: el marketing cultural.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	RAMON RUFIN MORENO
Correo Electrónico	rrufin@cee.uned.es
Teléfono	91398-6347
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	MARIA DOLORES REINA PAZ
Correo Electrónico	mreina@cee.uned.es
Teléfono	91398-7355
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	MARIA AINHOA RODRIGUEZ OROMENDIA
Correo Electrónico	arodriguez@cee.uned.es
Teléfono	91398-8704
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	GEMA JUBERIAS CACERES
Correo Electrónico	gjuberias@cee.uned.es
Teléfono	91398-8834
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

Nombre y Apellidos	JESUS MANUEL PLAZA LLORENTE
Correo Electrónico	jplaza@cee.uned.es
Teléfono	91398-9238
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788496808188
Título:MARKETING AVANZADO (1ª)
Autor/es:
Editorial:SANZ Y TORRES

El **programa** oficial de la asignatura y las **instrucciones para el estudio** y la evaluación, **deberán consultarse** en la siguiente página web:
www.uned.es/dpto-eeyc/asigturismo.htm
La unidad didáctica básica y única para preparar la asignatura será la siguiente:
RUFÍN, R: *Marketing Avanzado*. Madrid, 2008
Editorial Sanz y Torres
Telf: 902-400-415
www.sanzytorres.com
libreria@sanzytorres.com

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Las pruebas presenciales ordinarias constarán de un test o prueba objetiva. Excepto en el caso de los exámenes de reserva y especiales.
El test lo formarán veinticinco preguntas con cuatro respuestas alternativas cada una, de las cuales sólo una será correcta. Los errores penalizarán en una proporción equivalente a la mitad de lo que puntúan positivamente los aciertos. Será imprescindible obtener una puntuación total de cinco en el test para aprobar la asignatura.

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Jueves, de 16 a 20 h. Tel.: 91 398 88 34 Fax: 91 398 63 41
Correo electrónico: gjuberias@cee.uned.es
Servicio telefónico automático (para calificaciones): 902 25 26 56
Página *web* del Departamento: https://www.uned.es/dpto-eeyc/asigturismo.htm

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.