26-27

GRADO EN TURISMO
TERCER CURSO

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA

COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y DEL OCIO

CÓDIGO 65033111

UNED

26-27

COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y DEL OCIO

CÓDIGO 65033111

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA
IGUALDAD DE GÉNERO

NOMBRE DE LA ASIGNATURA	COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y DEL OCIO
CÓDIGO	65033111
CURSO ACADÉMICO	2026/2027
DEPARTAMENTO	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD
TÍTULO EN QUE SE IMPARTE	GRADO EN TURISMO
CURSO	TERCER CURSO
PERIODO	SEMESTRE 2
Nº ETCS	6
HORAS	150.0
IDIOMAS EN QUE SE IMPARTE	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

AVISO: Esta asignatura está en proceso de **extinción**. En el curso 2028-2029 desaparecerá definitivamente.

Comunicación y Distribución de Productos Turísticos y del Ocio se plantea como una asignatura obligatoria que da continuidad a la asignatura *Introducción al Marketing Turístico* (asignatura de formación básica de Primer Curso, primer cuatrimestre), en la que el estudiante tiene la oportunidad de descubrir y conocer la disciplina del marketing en su conjunto en el ámbito del sector turístico, conocer los principios de la gestión integral de la distribución turística: intermediarios turísticos, canales de distribución y estrategias de comunicación. Ambas asignaturas forman parte de la materia de *Comercialización e Investigación de Mercados*.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA

No existen requisitos previos exigibles para poder cursar esta asignatura.

Se recomienda haber estudiado la asignatura INTRODUCCIÓN AL MARKETING TURÍSTICO (Código: 65031052) del Primer Curso del Grado en Turismo, pero no es obligatorio.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	GEMA JUBERIAS CACERES (Coordinador/a de asignatura)
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	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	CLAUDIA SEVILLA SEVILLA
Correo Electrónico	csevilla@cee.uned.es
Teléfono	91398-9048
Facultad	FAC.CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Departamento	ECONOMÍA DE LA EMPRESA Y CONTABILIDAD

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

El equipo docente de la asignatura atenderá las consultas en el siguiente horario (dentro del calendario lectivo) y teléfono, o correo electrónico:
Miércoles lectivos, de 10 a 14 horas.
Tel.: 91 398 88 34
Correo electrónico: **gjuberias@cee.uned.es**

TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS

Las sesiones de tutoría se imparten presencialmente y en línea desde el Centro Asociado de referencia o, en su defecto, desde otro Centro Asociado. A continuación se muestran los centros asociados y extensiones en las que se imparten tutorías de la asignatura.

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

Comunicación y Distribución de Productos Turísticos y del Ocio es una de las cuatro asignaturas cuatrimestrales, de 6 créditos ETCS cada una, que desarrollan la materia DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA Y TRANSPORTES dentro del Plan de Estudios del Grado en Turismo.
Dicha materia tiene como objetivo genérico conocer los principios de la gestión integral de la distribución (intermediarios turísticos, canales de distribución, herramientas de comunicación..) con un enfoque de mejora de la comunicación y servicio al cliente.
Entre las competencias específicas destacan las siguientes:

•Analizar aspectos fundamentos del marketing.

•Comprender el comportamiento del consumidor.
•Evaluar alternativas de planificación, dirección y control de empresas turísticas, así como saber tomar decisiones estratégicas.
•Tener una marcada orientación de servicio al cliente.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El aprendizaje permitirá al estudiante:
•Analizar el comportamiento del consumidor en el ámbito del sector turístico.
•Conocer las principales herramientas de comunicación (*mix de promoción*).
•Aplicar el resultado del análisis a la gestión de comunicación y distribución de los productos turísticos y del ocio.
•Identificar las distintas fuentes de información del SIM (Sistema de Información de Mercados) y familiarizarse con algunas de las técnicas de investigación de marketing distinguiendo entre investigación cuantitativa e investigación cualitativa.
•Profundizar en el conocimiento del proceso de elaboración de un plan de marketing.

CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN

2. PLAN DE MARKETING

3. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

4. NOCIONES BÁSICAS DE INVESTIGACIÓN DE MARKETING

5. MARKETING DE DESTINOS TURÍSTICOS

6. PROCESO DE COMUNICACIÓN

7. DISTRIBUCIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO

8. CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

9. MARKETING Y REDES SOCIALES

METODOLOGÍA

El estudiante dispondrá de un material básico con el que podrá seguir el estudio de la asignatura. En dicho material encontrará una serie de elementos didácticos que servirán para el aprendizaje de la asignatura y que le serán de especial utilidad para comprender y asimilar los diferentes contenidos, teniendo en cuenta la metodología de estudio a distancia. Las actividades formativas del estudiante se distribuyen de la siguiente manera:

- **Trabajo autónomo**: estudio de los contenidos del material didáctico básico.
- **Trabajo en contacto con el equipo docente y tutores**. Además de las orientaciones y los materiales de estudio, el estudiante puede recurrir a la comunicación con los profesores del equipo docente, así como con los profesores tutores para, además de la resolución de dudas, la realización de las actividades que, en su caso, los mismos propongan.

Todas estas actividades ayudarán a valorar la adquisición de conocimientos y su aplicación, así como las competencias, habilidades y aptitudes relacionadas con los contenidos de la asignatura.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

TIPO DE PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen	Examen tipo test
Preguntas test	20
Duración del examen	90 (minutos)

Material permitido en el examen

Ninguno

Criterios de evaluación

El test lo formarán veinte preguntas. Los errores penalizarán. Las preguntas sin contestar no penalizarán. El baremo de puntuación se informará a través del curso virtual de la asignatura con antelación suficiente. Será imprescindible obtener una puntuación total de 5 en el test para aprobar la asignatura.

% del examen sobre la nota final	100
Nota del examen para aprobar sin PEC	5
Nota máxima que aporta el examen a la calificación final sin PEC	10

Nota mínima en el examen para sumar la PEC: 5

Comentarios y observaciones

Los exámenes de reserva y el extraordinario de diciembre no serán tipo test. Constarán de cuatro preguntas a desarrollar en un tiempo máximo de 90 minutos.

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC?: Si

Descripción

La PEC se realizará a través del curso virtual de la asignatura y tendrá carácter voluntario.

Criterios de evaluación

El baremo de puntuación se informará a través del curso virtual de la asignatura.

El resultado de la PEC se tendrá en cuenta para la calificación final de la asignatura siempre y cuando se alcance una nota mínima de 5 en la prueba presencial, tanto en la convocatoria ordinaria (junio) como en la extraordinaria (septiembre).

Ponderación de la PEC en la nota final: 10%

Fecha aproximada de entrega: PEC/fecha mayo

Comentarios y observaciones

La fecha (día y hora) de realización de la PEC se comunicará con antelación suficiente en el curso virtual de la asignatura.

OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s?: No

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación en la nota final

Fecha aproximada de entrega

Comentarios y observaciones

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

Para aprobar la asignatura, se ha de obtener **al menos un 5 en la Prueba Presencial (PP)**.
Si el estudiante aprueba la PP, su nota final será la siguiente:
Si solamente realiza la PP: la nota final será la obtenida en el examen presencial .
Si además de la PP, realiza la PEC: la nota final será el resultado de sumar la puntuación obtenida en la PEC (máximo 1 punto) a la obtenida en la PP.
Se podría asignar Matrícula de Honor a aquellos estudiantes que hayan obtenido la nota máxima tanto en la PP como en la PEC, teniendo en cuenta que, de conformidad con la normativa vigente, el número de Matrículas de Honor que puede concederse es limitado y está en función del número total de alumnos matriculados.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

El material didáctico se encuentra alojado en el curso virtual accesible a los estudiantes matriculados en la asignatura. El estudiante, al final de cada tema, encontrará bibliografía específica sobre la materia.
Además, a través de la plataforma virtual podrán facilitarse elementos didácticos adicionales de utilidad para el seguimiento de la asignatura que permitirán al estudiante conocer asuntos de actualidad.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

El estudiante al final de cada tema encontrará bibliografía complementaria sobre la materia objeto de estudio.

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

El estudiante tendrá a su disposición, dentro del aula virtual una **Guía de Estudio Completa** de la asignatura en la que encontrará el programa de la asignatura (apartado contenidos).
Esta Guía será su máximo apoyo en el estudio de la asignatura, y resulta por tanto imprescindible para el aprendizaje, la correcta asimilación de conceptos y para la preparación de las pruebas de evaluación.
También pueden ser de utilidad las bibliotecas de los Centros Asociados para la consulta de información general.

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.