

GESTIÓN DEL TRANSPORTE Y DESTINOS TURÍSTICOS GUÍA DOCENTE CURSO 2018-19

Titulación:	Grado en Turismo			207G
Asignatura:	Gestión del transporte y destinos turísticos			325
Materia:	Distribución turística y transportes			
Módulo:	Distribución turística y transportes			
Modalidad de enseñanza de la titulación:	Presencial	Carácter:	Obligatoria	
Curso:	4	Créditos ECTS:	6,00	Duración: Semestral
Horas presenciales:	60,00		Horas estimadas de trabajo autónomo:	90,00
Idiomas en que se imparte la asignatura:	Español			
Idiomas del material de lectura o audiovisual:	Español			

DEPARTAMENTOS RESPONSABLES DE LA DOCENCIA

ECONOMÍA Y EMPRESA			R104
Dirección:	C/ La Cigüeña, 60	Código postal:	26006
Localidad:	Logroño	Provincia:	La Rioja
Teléfono:	941299382	Fax:	941299393
Correo electrónico:	dpto.eco.empresa@unirioja.es		

PROFESORADO PREVISTO

Profesor:	Pelegrin Borondo, Jorge		Responsable de la asignatura
Teléfono:	941299388	Correo electrónico:	jorge.pelegrin@unirioja.es
Despacho:	020	Edificio:	EDIFICIO QUINTILIANO
Tutorías:	Consultar		

DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS

Conocer los principios de la gestión de la distribución y del transporte turístico, teniendo en cuenta el espacio, las infraestructuras, el marco legal y los procedimientos operativos y todo ello con un enfoque de mejora de la comunicación y el servicio al cliente. Así en el módulo se tratan cuestiones como: los diferentes cauces de intermediación en la gestión turística, como medio de satisfacción del cliente; la comercialización de los destinos turísticos, el comportamiento del turista en la comercialización de los destinos turísticos, la planificación estratégica de marketing en los destinos turísticos y los componentes del marketing mix del destino turístico; la estructura de los canales de distribución de los servicios turísticos: las agencias de viajes, los tour-operadores y otros intermediarios mayoristas, los intermediarios electrónicos, la distribución directa de los servicios turísticos y las compañías de transporte de viajeros. Adicionalmente, se estudiarán los contratos de transportes de viajeros.

REQUISITOS PREVIOS DE CONOCIMIENTOS Y COMPETENCIAS PARA PODER CURSAR CON ÉXITO LA ASIGNATURA

Recomendados para poder superar la asignatura.

Se aconseja haber adquirido conocimientos básicos sobre marketing y específicos del marketing turístico.

Asignaturas que proporcionan los conocimientos y competencias:

- Fundamentos de marketing
- Marketing turístico y comunicación

CONTEXTO

COMPETENCIAS

Competencias generales

- CGIT1. Capacidad de análisis y síntesis
- CGIT2. Capacidad de organización y planificación
- CGIT3. Capacidad para comunicarse de forma oral y escrita en lengua nativa
- CGIT4. Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
- CGIT5. Capacidad de gestión de la información
- CGIT6. Capacidad de resolución de problemas
- CGIT7. Capacidad para la toma de decisiones
- CGIP1. Capacidad de trabajo en equipos disciplinares y multidisciplinares
- CGIP3. Habilidades en las relaciones interpersonales

CGIP5. Razonamiento crítico
CGIP6. Compromiso ético
CGS1. Capacidad de aprendizaje autónomo
CGS2. Adaptación a nuevas situaciones
CGS3. Creatividad
CGS5. Iniciativa y espíritu emprendedor
CGS6. Motivación por la calidad
CGS7. Sensibilidad hacia temas medioambientales

Competencias específicas

CE17. Comprensión de la relevancia de la orientación de servicio al cliente para el sector turístico
CE21. Conocimiento de modelos e instrumentos para la dirección y gestión de los distintos tipos de organizaciones turísticas
CE22. Capacidad para manejar técnicas de comunicación
CE30. Capacidad para detectar necesidades de planificación técnica de infraestructura e instalaciones turísticas
CEMDGEST4. Comprensión del ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocimientos disciplinares
Conocer los procedimientos operativos de las distintas empresas e instituciones de distribución e intermediación turística.
Conocimiento de los documentos básicos del sector.
Conocer los diferentes tipos de clientes y sus necesidades
Conocimientos profesionales
Participar en los procesos de contratación de los distintos servicios turísticos.
Coordinar y supervisar las actividades y la información de los departamentos de una empresa o institución de intermediación.
Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar los distintos elementos que intervienen en la gestión del transporte.
Planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar los distintos elementos que intervienen en la gestión de los destinos turísticos.

TEMARIO

Tema 1. La estructura de los canales de distribución de los servicios turísticos:

- 1.1. La promoción y venta de los paquetes turísticos
- 1.2. El proceso de distribución
- 1.3. El sector de la producción y mediación: tour operadores y agencias de viaje.

Tema 2. Transporte aéreo

- 2.1. Introducción.
- 2.2. La organización mundial de la aviación comercial.
- 2.2. Las compañías aéreas regulares y chárter
- 2.3. Procesos operativos de las compañías aéreas. Reservas, billetes y otros procedimientos..

Tema 3. Transporte ferroviario

- 3.1. Introducción
- 3.2. Infraestructura del ferrocarril y compañías ferroviarias.
- 3.3. Trenes turísticos
- 3.4. Normas reguladoras en el transporte ferroviario y principales agentes ferroviarios

Tema 4. Transporte por carretera

- 4.1. Introducción
- 4.2. International Road Union (IRU) y contrato tipo de agencia de viajes – transportista
- 4.3. Coches de alquiler

Tema 5. Transporte marítimo y fluvial.

- 5.1. Servicios transoceánicos
- 5.2. Cruceros marítimos y fluviales
- 5.3. Ferrys

Tema 6. Comercialización de destinos turísticos

- 6.1. Concepto y naturaleza de los destinos turísticos
- 6.2. Marketing de destinos turísticos.
- 6.3. Marketing estratégico y operativo de los destinos turísticos.

Tema 7. El comportamiento del turista en la comercialización de destinos

- 7.1. El proceso de selección de un destino turístico
- 7.2. La compra de paquetes turísticos
- 7.3. La segmentación de los turistas

Tema 8. Planificación estratégica y operativa en la comercialización de los destinos turísticos

- 8.1. Planificación turística
- 8.2. Jerarquía de objetivos

- 8.3. Decisiones estratégicas de marketing
- 8.4. Marketing mix de los destinos turísticos
- 8.5. Implementación y control

BIBLIOGRAFÍA

Tipo:	Título
Básica	VOGELER RUIZ, CARLOS - HERNÁNDEZ ARMAND, ENRIQUE (2001): El mercado turístico: estructura, operaciones y procesos de producción. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
Básica	BIGNE ALCAÑIZ, E. ¿ FRONT AULET, XAVIER, ANDREU SIMÓ , LUISA (2000): Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo. Esic, Madrid.
Básica	Para las prácticas: AMADEUS (2013): Manual AMADEUS críptico. Amadeus.

Recursos en Internet

METODOLOGÍA

Modalidades organizativas

Clases teóricas
 Seminarios y talleres
 Clases prácticas

Métodos de enseñanza

Método expositivo - Lección magistral
 Estudio de casos
 Resolución de ejercicios y problemas

ORGANIZACIÓN

Actividades presenciales	Tamaño de grupo	Horas
Clases prácticas de aula	Reducido	16,00
Clases prácticas de aula de informática	Informática	4,00
Clases teóricas	Grande	38,00
Pruebas presenciales de evaluación	Grande	2,00
Total de horas presenciales		60,00
Trabajo autónomo del estudiante		Horas
Estudio autónomo individual		30,00
Preparación individual de las prácticas		5,00
Preparación en grupo de trabajos, presentaciones (orales, debates, ...), actividades en biblioteca o similar		40,00
Otras actividades individuales (conferencias, etc.)		5,00
Resolución individual de ejercicios, cuestiones u otros trabajos, actividades en biblioteca o similar. Se incluye en este apartado el trabajo individual del plan de marketing que se efectúa en grupo		10,00
Total de horas de trabajo autónomo		90,00
Total de horas		150,00

EVALUACIÓN

Sistemas de evaluación	Recuperable	No Recup.
Pruebas escritas	75%	
Trabajos y proyectos		25%
Total	100%	

Comentarios

Prueba escrita. Las/los estudiantes realizarán un examen final de la asignatura.

Trabajos y proyectos. Las/os estudiantes realizarán un trabajo en grupo relacionado con el estudio del entorno para un nuevo producto relacionado con el transporte turístico. Este trabajo deberá ser expuesto mediante presentación oral de todas/os los miembros del grupo.

Criterios críticos para superar la asignatura

La calificación para que el apartado prueba escrita final forme parte de la media (ponderada según el % sobre el total) ha de ser igual o superior a 4,5 puntos sobre 10 puntos posibles para el examen.



La calificación para que el apartado trabajos y proyectos forme parte de la media (ponderada según el % sobre el total) ha de ser igual o superior a 4,5 puntos sobre 10 puntos posibles para el trabajo.

La asignatura se superará cuando la calificación global media de la asignatura sea igual o superior a 5 puntos.

A efectos de velar por la adecuada conducta durante el desarrollo de las clases, aquellas/os estudiantes que sean oficialmente apercibidos por una conducta impropia en clase o que sean echados de la misma por entorpecer el desarrollo de las sesiones docentes, recibirán una nota negativa de 1 punto por cada amonestación, calificación que se restará de la nota final de la asignatura para obtener la calificación global media de la asignatura.

Las/os estudiantes que tengan reconocida la dedicación a tiempo parcial: realizarán un único examen con el 100% de la calificación. Dicho examen tendrá carácter recuperable.