

## INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA GUÍA DOCENTE CURSO 2018-19

<b>Titulación:</b>	Grado en Turismo			<b>207G</b>
<b>Asignatura:</b>	Intermediación turística			<b>514</b>
<b>Materia:</b>	Dirección y gestión de empresas y servicios turísticos			
<b>Módulo:</b>	Avanzado			
<b>Modalidad de enseñanza de la titulación:</b>	Presencial	<b>Carácter:</b>	Optativa	
<b>Curso:</b>	4	<b>Créditos ECTS:</b>	6,00	<b>Duración:</b> Semestral
<b>Horas presenciales:</b>	60,00		<b>Horas estimadas de trabajo autónomo:</b>	90,00
<b>Idiomas en que se imparte la asignatura:</b>	Español			
<b>Idiomas del material de lectura o audiovisual:</b>	Español			

### DEPARTAMENTOS RESPONSABLES DE LA DOCENCIA

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

### PROFESORADO PREVISTO

<b>Profesor:</b>	Riaño Gil, Consuelo	<b>Responsable de la asignatura</b>		
<b>Teléfono:</b>	941299578	<b>Correo electrónico:</b>	consuelo.riano@unirioja.es	
<b>Despacho:</b>	112	<b>Edificio:</b>	EDIFICIO QUINTILIANO	<b>Tutorías:</b> Consultar
<b>Profesor:</b>	Ruiz Vega, Agustín V.			
<b>Teléfono:</b>	941299392	<b>Correo electrónico:</b>	agustin.ruiz@unirioja.es	
<b>Despacho:</b>	3	<b>Edificio:</b>	EDIFICIO QUINTILIANO	<b>Tutorías:</b> Consultar

### DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS

Profundización en conocimientos sobre la gestión de empresas y servicios turísticos, con especial referencia a la intermediación turística y a la gestión de alojamientos y restauración. Esta formación se complementa con contenidos de atención al cliente, análisis de estados financieros, gestión de costes y fiscalidad de la empresa. Entre otros aspectos, se estudiarán:

- Flujos y servicios en la intermediación turística
- Mayoristas y minoristas del sector turístico
- Comercio electrónico en el ámbito turístico
- Calidad de servicio en la distribución turística

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

#### Recomendados para poder superar la asignatura.

Profundización en conocimientos sobre la gestión de empresas y servicios turísticos, con especial referencia a la comercialización turística. Esta formación se complementa con contenidos de atención al cliente y de gestión de costes, los cuales permiten aplicar dichos contenidos al ámbito de la intermediación turística.

#### Asignaturas que proporcionan los conocimientos y competencias:

- Fundamentos de marketing
- Marketing turístico y comunicación

### CONTEXTO

El alumno que cursa esta asignatura tiene los conocimientos que ya ha recibido en dos bloques de materias:

- a) aquellas asignaturas que le han permitido conocer las bases de la administración y gestión de organizaciones empresariales en general, y específicamente del sector turístico (como Gestión de organizaciones, Economía del turismo y Gestión de empresas turísticas).
- b) un segundo bloque de asignaturas en las que ha profundizado en la gestión y dirección del subsistema comercial de las empresas turísticas (én concreto Fundamentos de Marketing, Marketing turístico y comunicación y, por último,

Gestión del transporte y destinos turísticos).

Por consiguiente, la presente asignatura tiene como objetivo profundizar en el ámbito concreto de la distribución comercial de servicios turísticos, tanto desde la perspectiva de la gestión de esta función por parte de todos los agentes económicos implicados como desde la visión de los agentes comerciales mayoristas y minoristas que desarrollan dicha función. Por último, se estudiarán las bases y aspectos claves de la relación entre las empresas prestadoras de servicios turísticos y las empresas de distribución turísticas.

## 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  
CGIT5. Capacidad de gestión de la información  
CGIT7. Capacidad para la toma de decisiones  
CGIP1. Capacidad de trabajo en equipos disciplinares y multidisciplinares  
CGIP2. Capacidad para trabajar en un contexto internacional  
CGIP3. Habilidades en las relaciones interpersonales  
CGIP5. Razonamiento crítico  
CGS1. Capacidad de aprendizaje autónomo  
CGS2. Adaptación a nuevas situaciones  
CGS5. Iniciativa y espíritu emprendedor  
CGS6. Motivación por la calidad

### Competencias específicas

CE17. Comprensión de la relevancia de la orientación de servicio al cliente para el sector turístico  
CE20. Capacidad para definir objetivos, estrategias y políticas comerciales  
CE21. Conocimiento de modelos e instrumentos para la dirección y gestión de los distintos tipos de organizaciones turísticas

CEMDGEST4. Comprensión del ámbito de los procedimientos operativos de las empresas de intermediación.  
CEMDGEST6. Capacidad para la gestión de la calidad en empresas e instituciones del sector turístico.

## RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocimientos disciplinares  
Conocer los diferentes tipos de clientes y sus necesidades.  
Conocer las diferentes técnicas de comunicación externa.  
Conocer los procedimientos operativos de las distintas empresas e instituciones de distribución e intermediación turística.  
Conocimientos profesionales  
Anticiparse a las expectativas del cliente.  
Desarrollo de la política de comunicación de la empresa con el cliente  
Gestionar la aplicación de las principales técnicas de servicio al cliente.  
Coordinar y supervisar las actividades y la información de los departamentos de una empresa o institución de intermediación.  
Disponer de conocimientos y herramientas para una gestión integral de la calidad.  
Conocer las características y las bases para la gestión de los principales canales de distribución y de las empresas de intermediación en turismo.

## TEMARIO

Tema 1: Distribución comercial: su rol en la economía y en la gestión de las empresas de servicios  
Tema 2: Formatos comerciales en la intermediación turística  
Tema 3: Comercio electrónico de servicios turísticos  
Tema 4: Calidad de servicio y Estrategias de fidelización  
Tema 5: Control del canal de distribución: Poder y conflicto

## BIBLIOGRAFÍA

Tipo:	Título
Básica	Alcazar Martínez, B. (2002): Los canales de distribución en el sector turístico. ed. Esic, Madrid. <b>Absys Biba</b>
Básica	De la Ballina, F.J. (2017): Marketing turístico aplicado.ESIC.Madrid
Básica	Kotler, P. (ed.) (2011): Marketing turístico. Ed. Prentice-Hall, Madrid <b>Absys Biba</b>
Básica	Serra Cantallops, A. (2011) Marketing turístico. Ed. Pirámide, Madrid. <b>Absys Biba</b>

Básica	Vázquez Casielles, R.; Trespalacios Gutiérrez, J. A. (2006): Estrategias de distribución comercial. Ed. Thomson, Madrid <b>Absys Biba</b>
Básica	Rodríguez Ardura, I. (2008): Marketing.com y comercio electrónico en la sociedad de la información. Ed. Pirámide, Madrid <b>Absys Biba</b>
Básica	Gronroos, Ch. (1994): Marketing y gestión de servicios: la gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios. Ed. Díaz de Santos, Madrid. <b>Absys Biba</b>
Básica	De la Ballina, F.J. (2017) Marketing turístico aplicado. ESIC. Madrid. <b>Absys Biba</b>

#### Recursos en Internet

Organización Mundial del Turismo

<http://www.world-tourism.org>

Instituto para la Calidad Turística de España

<http://www.icte.es>

Norma Q de calidad

<http://www.calidadturistica.es>

Instituto de Estudios Turísticos de España

<http://www.iet.tourspain.es>

Instituto Nacional de Estadística

<http://www.ine.es>

## 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 teóricas	Grande	40,00
Clases prácticas de aula	Reducido	20,00
<b>Total de horas presenciales</b>		60,00
Trabajo autónomo del estudiante		Horas
Estudio y trabajo autónomo del alumno		40,00
Estudio y trabajo en grupo		50,00
<b>Total de horas de trabajo autónomo</b>		90,00
<b>Total de horas</b>		150,00

## EVALUACIÓN

Sistemas de evaluación	Recuperable	No Recup.
Pruebas escritas	65%	
Pruebas orales		5%
Trabajos y proyectos		30%
<b>Total</b>		100%

### Comentarios

Los trabajos propuestos en la asignatura tienen carácter obligatorio y no recuperable. Su entrega una vez superado el plazo máximo definido por el profesor o bien su no exposición, si procede, supondría su evaluación como no presentado en el correspondiente criterio de evaluación, por lo que la valoración sería cero puntos.

### Criterios críticos para superar la asignatura

La calificación mínima necesaria para realizar la media ponderada de la asignatura es de 5 puntos (en una escala de 0 a 10 puntos), tanto en la prueba escrita como en la puntuación media de los trabajos realizados por cada estudiante.