INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA
GUÍA DOCENTE CURSO 2023-24

Titulación:	Grado en Turismo				**207G**
Asignatura:	Intermediación turística				**514**
Materia:	Dirección y gestión de empresas y servicios turísticos				
Módulo:	Avanzado				
Modalidad de enseñanza de la titulación:	Presencial	**Carácter:**	Optativa		
Curso:	4	**Créditos ECTS:**	6,00	**Duración:**	Semestral (Segundo Semestre)
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:	Riaño Gil, Consuelo			**Responsable de la asignatura**	
Teléfono:	941299578	**Correo electrónico:**	consuelo.riano@unirioja.es		
Despacho:	112	**Edificio:**	QUINTILIANO	**Tutorías:**	Consultar
Profesor:	Alesanco Llorente, María				
Teléfono:	941299773	**Correo electrónico:**	maria.alesanco@unirioja.es		
Despacho:	105	**Edificio:**	QUINTILIANO	**Tutorías:**	Consultar
Profesor:	Jiménez Galán, Eduardo Miguel				
Teléfono:	941299775	**Correo electrónico:**	eduardo.jimenez@unirioja.es		
Despacho:	100	**Edificio:**	QUINTILIANO	**Tutorías:**	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

1. Distribución comercial: su rol en la economía y en la gestión de las empresas de servicios
2. Formatos comerciales en la intermediación turística
3. Comercio electrónico de servicios turísticos
4. Calidad de servicio y estrategias de fidelización
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. Absys Biba
Básica	De Borja; Gomis, J.M. (2009): Nuevo paradigma de la intermediación turística, Ed. Pirámide, Madrid Absys Biba
Básica	De la Ballina, F.J. (2017): Marketing turístico aplicado.ESIC.Madrid Absys Biba
Básica	Fernández-Villarán, A.; Rodríguez Zulaica, A.; Pastor Ruiz, R. (2019): Distribución turística : las empresas de intermediación en la transformación digital. Ed. Ara, Madrid. Absys Biba

Básica	Vázquez Casielles, R.; Trespalacios Gutiérrez, J. A. (2006): Estrategias de distribución comercial. Ed. Thomson, Madrid Absys Biba
Complementaria	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. Absys Biba
Complementaria	Kotler, P. (ed.) (2011): Marketing turístico. Ed. Prentice-Hall, Madrid Absys Biba
Complementaria	Martínez, S. (2021): Dirección de entidades de intermediación turística. Ed. Paraninfo.
Complementaria	Rodriguez Ardura, I. (2008): Marketing.com y comercio electrónico en la sociedad de la información. Ed. Pirámide, Madrid Absys Biba
Complementaria	Rey, M. (coord.) (2015): Dirección de marketing turístico. Ed. Pirámide, Madrid Absys Biba
Complementaria	Serra Cantallops, A. (2011) Marketing turístico. Ed. Pirámide, Madrid. Absys Biba

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
Total de horas presenciales		60,00
Trabajo autónomo del estudiante		**Horas**
Estudio y trabajo autónomo del alumno		40,00
Estudio y trabajo en grupo		50,00
Total de horas de trabajo autónomo		90,00
Total de horas		150,00

EVALUACIÓN

Sistemas de evaluación	Recuperable	No Recup.
Pruebas escritas	65%	
Pruebas orales		5%
Trabajos y proyectos		30%
Total	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 (examen teórico-práctico) y

de 5 puntos (media de los trabajos obligatorios), ambas puntuaciones referidas a una escala de 0 a 10 puntos.
Para superar la asignatura, además de lo indicado en el párrafo anterior, la calificación media ponderada debe ser al menos de 5 puntos (en una escala de 0 a 10 puntos). Cuando no se cumple este requisito, se pueden dar dos situaciones:
a) si la parte no superada es el examen, la calificacion de la asignatura sera suspenso y su valor numérico coincidirá con la nota del examen.
b) si la parte no superada es el trabajo en grupo, la calificacion de la asignatura sera suspenso y su valor numérico coincidirá con la nota del trabajo.