



La distribución en  
el sector turístico  
**Grado en Turismo**



UNIVERSIDAD  
**NEBRIJA**

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** La distribución en el sector turístico

**Titulación:** Grado en Turismo

**Carácter:** Optativa

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 6

**Curso:** 4º

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** Prof. Dra. Miren Aurkene Alzua Sorzabal

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

#### 1.1. Competencias

##### Competencias generales

CG 2. Motivación por la calidad de los servicios prestados

CG 3. Compromiso ético con los clientes y las empresas

CG 4. Capacidad para la solución de problemas

CG 7. Desarrollo de trabajo en equipo

CG 10. Ejercicio de la actividad laboral en equipos interdisciplinares

##### Competencias específicas

CE 7. Gestionar los recursos financieros en cuanto al desarrollo y explotación de las empresas turísticas. Conocer las principales fuentes de financiación que permitan tomar decisiones en las inversiones de una actividad turística. Aplicar una adecuada metodología para la planificación y gestión financiera de una empresa del sector.

CE 8. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales. Conocer y aplicar los conceptos y las teorías del marketing turístico, plan comercial y todo lo relacionado con oferta, demanda, producto y precio.

CE 9. Conocer y manejar con soltura los conceptos relativos a la creación, dirección e innovación de la empresa turística así como sus distintos modelos. Ser capaz de planificar y organizar los diferentes departamentos de una empresa aplicando los principios básicos de la dirección estratégica empresarial.

CE 14. Gestionar el crecimiento turístico bajo los condicionantes del desarrollo sostenible. Conocer los principios básicos de la sostenibilidad. Relacionar estos conocimientos con la actividad turística diseñando estrategias de desarrollo turístico sostenible.

CE 16. Conocer el procedimiento operativo del ámbito de la intermediación turística comprender los procesos que intervienen así como la relación entre ellos y los usuarios.

#### 1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante demostrará conocer las técnicas que la empresa turística requiere para posicionarse en un escenario internacional competitivo, complejo, multicultural y lleno de oportunidades como es el del sector y la empresa turística. Demostrará, así mismo, y por medio de la resolución de casos prácticos, trabajos de investigación y pruebas objetivas, conocer y

manejar las herramientas para el análisis, la contratación, distribución y los procesos que intervienen en los agentes implicados en las actividades turísticas a nivel local y global.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1. Requisitos previos

Ninguno en especial

### 2.2. Descripción de los contenidos

La asignatura tiene como objetivo primordial que el alumno conozca en profundidad tanto la estructura como el funcionamiento de dos de los subsectores más importantes del sector turístico: los sistemas de distribución.

Para ello se profundizará en el origen y evolución de cada uno de ellos, haciendo especial hincapié en la situación actual y las tendencias que se están desarrollando y que marcarán el futuro del sector, como es el caso de la aplicación de las nuevas tecnologías en la distribución turística.

Asimismo, se darán a conocer los datos más importantes de la estructura de cada uno de estos subsectores así como las clasificaciones, tipologías, etc.

### 2.3. Contenido detallado

Concepto de agencias de viajes. Papel en el proceso de distribución turística.

Evolución histórica de las agencias de viajes.

Funciones de las agencias de viajes.

- La función asesora.
- La función productora.
- La función intermediadora.

Clasificación de agencias de viajes.

- Agencias mayoristas vs minoristas.
- Otros tipos de agencias de viajes.
- Nuevas formas de intermediación turística.

Principales touroperadores y agencias de viajes.

Asociaciones empresariales internacionales y nacionales.

El impacto de la tecnología en las agencias de viajes.

- Internet, herramienta básica para la reserva.
- Los GDS.
- Las agencias de viajes online.

Principales servicios y destinos comercializados en agencias de viajes.

- Servicios turísticos.
- Destinos turísticos internacionales.
- Destinos turísticos nacionales.

### 2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): Trabajo agencia de viajes especializada.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Análisis touroperadores.

Actividad Dirigida 3 (AD3): Análisis de un destino turístico internacional (tipo de demanda, oferta, visados, vacunas, recomendaciones de viaje, etc.).

Actividad Dirigida 4 (AD4): Blog de viajes. Entrada sobre un destino turístico.

## 2.5. Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	% de PRESENCIALIDAD
Clases de taller teórico-prácticas	45	30
Tutorías	10	6.6
Estudio Individual	45	30
Trabajo de asignatura	50	33.3

## 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

### 3.2. Criterios de evaluación

#### Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación, prácticas, proyectos o trabajo de asignatura	40%
Prueba parcial	10%
Examen final	50%

#### Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final	70%

### 3.3. Restricciones

#### Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

#### Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

#### Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

### 3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

## 4. BIBLIOGRAFÍA

#### Bibliografía básica

Albert Piñole, I. (2015). Gestión de viajes, servicios y productos turísticos. Madrid: Editorial Ramón Areces.

Alcázar Martínez, B. (2002). Los canales de distribución en el sector turístico. Madrid: ESIC.

Bayon Marine, F. (2004). Operaciones y procesos de producción en el sector turístico. Madrid: Síntesis, D.L.

Blasco Peris, A. (2002). La empresa y el producto turístico. Madrid: Cívitas, 2002

Fernandez Gomez, C. (1996). Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes. Madrid: Síntesis, DL 1996

Gómez Calero, J. (1997). Régimen jurídico del contrato de viaje combinado. Madrid: Dykinson, 1997.

#### Bibliografía recomendada

Adarve (2011). Los Derechos del viajero [Texto impreso]: cómo prevenir y actuar ante las incidencias de un viaje. Madrid: Fundación Confemetal, D.L.

García Rubio, M.P. (1999). La responsabilidad contractual de las agencias de viaje. Madrid: Montecorvo, 1999.

Gonzalez Cobreros, M.A. (1998). Fundamentos teóricos y gestión práctica de las agencias de viajes. Madrid: Síntesis, D.L. 1998.

Horner, S. (2004). International cases in tourism management. Amsterdam: Elsevier: Butterworth Heinemann.

Izaguirre Sotomayor, M. (2014). Gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros. Bogotá: Ecoe.

Kotler, P. (2015). Marketing turístico [Recurso electrónico]. Madrid: Pearson Educación.

Martín Rojo, I. (2020). Dirección y gestión de empresas del sector turístico. Madrid: Pirámide, 2020.

Solé, L. y Gomis, J. M. (2009). El nuevo paradigma de la intermediación turística. Madrid: Pirámide.

Otros recursos

IATA (2020). Manual IATA del agente de viajes. Disponible en: <https://www.iata.org/en/fmc-documents/a44a0f25-d1ad-4953-850f-175a6625b8f9/>  
Organización Mundial de Turismo [www.unwto.org/index\\_s.php](http://www.unwto.org/index_s.php)  
World Travel and Tourism Council [www.wttc.org](http://www.wttc.org)  
Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [www.oecd.org](http://www.oecd.org)  
Comisión Europea – Eurostat [www.ec.europa.eu/eurostat](http://www.ec.europa.eu/eurostat)  
Asociación Internacional de Compañías Aéreas [www.iata.org](http://www.iata.org)  
International Hotel and Restaurant Association <http://www.ih-ra.com/>  
HOTREC. Hospitality Europe. <http://www.hotrec.eu/>  
International Association of Scientific Experts in Tourism [www.aiest.org](http://www.aiest.org)  
European Travel Commission <http://www.etc-corporate.org/>  
Instituto Nacional de Estadística [www.ine.es](http://www.ine.es)  
Instituto para la Calidad Turística Española [www.ictes.es](http://www.ictes.es)  
Asociación Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea [www.aena.es](http://www.aena.es)  
Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos <http://www.cehat.com/>  
Asociación Española de Directores de Hotel <http://www.aedh.es>  
Unión Empresarial de Agencias de Viajes <http://www.unav.ws>  
Asociación Empresarial Hotelera de Madrid <http://www.aehm.es/>  
Revista Nexotur <http://www.nexotur.com/>  
Revista Hosteltur <http://www.hosteltur.com/>  
Revista de Estudios Turísticos