

Guía docente

Identificación de la asignatura

Asignatura / Grupo	29022 - Intermediación Turística / 1
Titulación	Grado en Turismo (Centro adscrito del Consell Insular d'Eivissa) - Tercer curso
Créditos	6
Período de impartición	Primer semestre
Idioma de impartición	Castellano

Profesores

Horario de atención a los alumnos

Profesor/a	Hora de inicio	Hora de fin	Día	Fecha inicial	Fecha final	Despacho / Edificio
Josep Ramon Soler Fuensanta	Hay que concertar cita previa con el/la profesor/a para hacer una tutoría					

Contextualización

La asignatura de Intermediación turística pretende dar a conocer, desde una visión tanto teórica como práctica, las relaciones que se generan en el mercado turístico desde el momento de la confección del producto turístico hasta el momento de su compra. Es indudable que la glogalización y la aparición de las nuevas tecnologías: Internet, comercio electrónico, web 2.0 ha hecho que el concepto de intermediación clásico deba replantearse. La posibilidad de acercamiento del proveedor al consumidor plantea nuevos escenarios que obligan a redefinir el rol de los intermediarios y su papel.

La presente asignatura pretende estudiar los procesos de intermediación turística tanto desde el punto de vista clásico como el de los nuevos paradigmas aparecidos como consecuencia de la entrada en el sector de las TIC.

Requisitos

Competencias

Específicas

- * CE-2. Adquirir una visión integral del fenómeno turístico y entender las relaciones entre los distintos subsistemas y disciplinas que lo integran. .
- * CE-4. Ser capaz de conceptualizar patrones, procesos, interacciones y cambios en el mundo turístico entendidos como un sistema dentro de una amplia gama de escalas espaciales .
- * CE-12. Ser capaz de gestionar adecuadamente un establecimiento turístico en cualquier etapa del proceso (agencia de viajes, mayorista, alojamiento, oferta complementaria, etc.) .



Guía docente

Genéricas

- * CG-2: Saber aplicar los conocimientos técnicos y metodológicos a su trabajo de una forma profesional integrando los distintos campos de estudio que ha visto, relacionados con el turismo, y poseer las competencias que deben demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su temática de estudio. .
- * CG-4: Poder transmitir información, ideas, problemas y soluciones de cualquiera de los campos temáticos relacionados con el turismo a un público tanto especializado como no especializado .
- * CG-5: Haber desarrollado las habilidades de aprendizaje necesarias que permitan emprender labores profesionales y estudios de postgrado en Turismo con un alto grado de autonomía. .

Básicas

- * Se pueden consultar las competencias básicas que el estudiante tiene que haber adquirido al finalizar el grado en la siguiente dirección: http://estudis.uib.cat/es/grau/comp_basiques/

Contenidos

Contenidos temáticos

Tema 1. La intermediación turística

- * Origen y evolución de la intermediación turística.
- * Funciones de los intermediarios en el sector turístico.
- * Condicionantes en la intermediación.

Tema 2. Las Agencias de viajes y TTOO

- * Clasificación y tipologías de las agencias de viajes.
- * Nuevos modelos en las agencias de viajes.
- * Perspectivas de las agencias de viajes.
- * Otros intermediarios.

Tema 3. Los CRS y GDS.

- * Introducción y definiciones.
- * Situación actual.
- * Perspectivas.

Tema 4. Las nuevas tecnologías

- * Internet.
- * Comercio electrónico.
- * Sistemas de pago y confianza en las transacciones.

Tema 5. Aplicación de las TIC.

- * Marketing en la red.
- * CRM
- * B2B
- * B2C

Guía docente

- * Subastas electrónicas

Tema 6. Posicionamiento y nuevos paradigmas

- * SEO y SEM.
- * Analítica web.
- * Análisis de páginas web.
- * Peligros asociados a la web.
- * La web 2. 0 y sus posibilidades.

Tema 7. Estrategias ante el nuevo entorno

- * Las compañías aéreas de bajo coste.
- * Los GDS como paradigma de la transformación.
- * Cambios en el posicionamiento de las agencias de viajes.
- * Los metabuscadores.

Metodología docente

Actividades de trabajo presencial (2,4 créditos, 60 horas)

Modalidad	Nombre	Tip. agr.	Descripción	Horas
Clases teóricas	Clases magistrales	Grupo grande (G)	Lograr que los alumnos adquieran los conocimientos básicos de la materia, que les facilite y, a la vez simplifique el análisis de los contenidos teóricos. Para el desarrollo de la actividad mencionada los alumnos dispondrán de materiales específicos y manuales de referencia.	40
Clases prácticas	Resolución de ejercicios y casos prácticos	Grupo grande (G)	Conseguir que los alumnos entiendan la traducción práctica de los conocimientos teóricos previamente adquiridos. Para ello el profesor resolverá ejercicios y trabajos prácticos para que sirvan de guía a los alumnos para la resolución de los trabajos que se les plantearán, bien individualmente, bien en grupo.	16
Evaluación	Examen parcial I	Grupo grande (G)	Prueba escrita a mediados del cuatrimestre. Con esta prueba se busca validar la adquisición de competencias y la asimilación de los contenidos de la asignatura.	2
Evaluación	Examen parcial II	Grupo grande (G)	Prueba escrita al final del cuatrimestre. Con esta prueba se busca validar la adquisición de competencias y la asimilación de los contenidos de la asignatura.	2

Al inicio del semestre estará a disposición de los estudiantes el cronograma de la asignatura a través de la plataforma UIBdigital. Este cronograma incluirá al menos las fechas en las que se realizarán las pruebas de evaluación continua y las fechas de entrega de los trabajos. Asimismo, el profesor o la profesora informará a los estudiantes si el plan de trabajo de la asignatura se realizará a través del cronograma o mediante otra vía, incluida la plataforma Aula Digital.

Guía docente

Actividades de trabajo no presencial (3,6 créditos, 90 horas)

Modalidad	Nombre	Descripción	Horas
Estudio y trabajo autónomo en grupo	Realización de trabajos	Aumentar y consolidar los conocimientos prácticos derivados de la materia	30
Estudio y trabajo autónomo individual o en grupo	Estudio	Logar que los alumnos aumenten los conocimientos sobre la materia, complementando las exposiciones efectuadas previamente por el profesor.	60

Riesgos específicos y medidas de protección

Las actividades de aprendizaje de esta asignatura no conllevan riesgos específicos para la seguridad y salud de los alumnos y, por tanto, no es necesario adoptar medidas de protección especiales.

Evaluación del aprendizaje del estudiante

Fraude en elementos de evaluación

De acuerdo con el artículo 33 del Reglamento académico, "con independencia del procedimiento disciplinario que se pueda seguir contra el estudiante infractor, la realización demostradamente fraudulenta de alguno de los elementos de evaluación incluidos en guías docentes de las asignaturas comportará, a criterio del profesor, una minusvaloración en su calificación que puede suponer la calificación de «suspense 0» en la evaluación anual de la asignatura".

Examen parcial I

Modalidad	Evaluación
Técnica	Pruebas objetivas (recuperable)
Descripción	Prueba escrita a mediados del cuatrimestre. Con esta prueba se busca validar la adquisición de competencias y la asimilación de los contenidos de la asignatura.
Criterios de evaluación	Examen parcial mediante una prueba que incluye teoría y práctica. Cuenta como un 50% de la nota. Se ha de obtener una nota mínima de cuatro para hacer media.

Porcentaje de la calificación final: 50%

Guía docente

Examen parcial II

Modalidad	Evaluación
Técnica	Pruebas objetivas (recuperable)
Descripción	Prueba escrita al final del cuatrimestre. Con esta prueba se busca validar la adquisición de competencias y la asimilación de los contenidos de la asignatura.
Criterios de evaluación	Examen parcial mediante una prueba que incluye teoría y práctica. Cuenta como un 50% de la nota. Se ha de obtener una nota mínima de cuatro para hacer media.

Porcentaje de la calificación final: 50%

Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Bibliografía básica

- Los canales de distribución en el sector turístico. Benjamín del Alcaraz Martínez. Ed. ESIC (2002).
- El nuevo paradigma de la intermediación turística. Luis de Borja Solé y Joan Miquel Gomis. Ed. Pirámide 2009.
- Libro blanco del comercio electrónico. Asociación Española de Comercio Electrónico.

Bibliografía complementaria

- Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de Protección de Datos de Carácter Personal.
- Real Decreto 1720/2007 por el que se establece el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.
- Dominios. Juan Carlos Muñoz. Recoletos Compañía Editorial S. A. 2000.
- Search Engine Optimization. Jerri L. Ledford. Wiley Publishing Inc. 2009.
- El uso de las tecnologías de la información en el sector hotelero. Joaquim Martínez, Joaquim Majó, Martí Casadesús. En VI Congreso "Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones" Turitec 2006.
- Information and Communication technologies in tourism. Springer Verlag. Buhalis, D. & Schertler, W (1999).
- Marketing: Conceptos y estrategias. Santesmases Mestre, M. Ed. Pirámide. (2004).
- Fundamentos del comercio electrónico. Matt Haig. Editorial Gedisa.
- CRM. Jay Curry, Adam Curry. Editorial Gestión 2000.
- CRM. Gestión de la relación con los clientes. Ignacio García Valcárcel. FC Editorial.