

## Ficha Técnica

<b>Titulación:</b>	Máster Universitario en Dirección de Empresas Hoteleras		
<b>Plan BOE:</b>	BOE número 97 de 23 de abril de 2013		
<b>Asignatura:</b>	Nuevas Tecnologías en la Comercialización y Canales de Distribución		
<b>Semestre:</b>	Segundo		
<b>Créditos ECTS:</b>	6	<b>Tipo de formación:</b>	Teórico - Práctica

## Presentación

El mapa de la distribución hotelera se vuelve más complejo, a medida que surgen nuevos canales, aplicaciones, herramientas e intermediarios. Este nuevo entorno tecnológico impone constantes novedades y cambios en la distribución del producto turístico y hotelero, con los portales web de los hoteles y cadenas hoteleras, los metabuscadores y las Agencias de Viajes Online (OTAs) compitiendo por captar la atención del consumidor. Esta asignatura ayudará al alumno a identificar y conocer los canales de distribución existentes así como a analizar la evolución, el presente y el futuro de la distribución hotelera.

## Competencias específicas y/o resultados del aprendizaje

- Capacidad para diseñar, implementar y dirigir servicios hoteleros competitivos, sostenibles y de calidad capaces de integrarse con éxito en las redes de comercialización y distribución de los mercados turísticos actuales.

## Contenidos Didácticos

- 1 La intermediación turística
  - 1.1 Concepto de distribución en el sector turístico
  - 1.2 Concepto de intermediación en el sector turístico
  - 1.3 Tipos de intermediarios turísticos
- 2 Tendencias en la distribución turística
  - 2.1 Introducción
  - 2.2 Especialización
  - 2.3 Personalización
  - 2.4 Sostenibilidad
  - 2.5 Transformación digital
- 3 La intermediación dentro del ciclo de vida del viaje
  - 3.1 El ciclo de vida aplicado al turismo
  - 3.2 Fase previaje: proceso de compra
  - 3.3 Fase durante: el viaje
  - 3.4 Fase posviaje: compartir
- 4 Comercialización del alojamiento
  - 4.1 Categorías de alojamientos
  - 4.2 Comercialización de los alojamientos

- 5 Los productos y servicios turísticos especializados
  - 5.1 Productos y servicios turísticos especializados
  - 5.2 Turismo de *meetings, incentives, conferencing, exhibitions* (MICE)
  - 5.3 Turismo rural
  - 5.4 Turismo activo de naturaleza
  - 5.5 Turismo náutico
  - 5.6 Turismo de golf
  - 5.7 Turismo de nieve
  - 5.8 Turismo de salud
  - 5.9 Turismo religioso
  - 5.10 Turismo sénior
- 6 Estrategias de marketing
  - 6.1 Importancia del cliente
  - 6.2 Las herramientas del marketing mix: de las 4 P a las 4 E
  - 6.3 Estrategias de producto
  - 6.4 Estrategia de precios
  - 6.5 Estrategias de distribución
  - 6.6 Estrategias de comunicación
  - 6.7 Herramientas de comunicación
  - 6.8 *Inbound* marketing

## Contenidos Prácticos

Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán las siguientes actividades prácticas:

- Participación en foros de debate
- Elaboración de informes referentes a los canales de distribución directos e indirectos.
- Realización de casos prácticos relacionados con la implantación de las nuevas tecnologías en la comercialización de alojamientos hoteleros.

## Evaluación

El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización de diferentes tipos de actividades de evaluación y aprendizaje. El criterio de valoración establecido se detalla a continuación:

Actividades de aprendizaje	10%
Controles	10%
Actividades de Evaluación Continua (AEC)	20%
Examen final presencial	60%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

## Bibliografía

- Fernández-Villarán Ara, A.; Rodríguez Zulaica, A. y Pastor Ruiz, R. (2019). *Distribución turística. Las empresas de intermediación en la transformación digital*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Hugo Rodolfo, P. (2013). *Canales de distribución. Gestión comercial y logística*. Ugerman.
- Miguel, Peris, S.; Parra Guerrero, F.; Lhermie, C. y Miquel Romero, M. J. (2008).

## Programa Oficial de Asignatura

### Nuevas Tecnologías en la Comercialización y Canales de Distribución

- Distribución Comercial*. 6ª ed. Madrid: ESIC.
- Molinillo Jiménez, S. (2014). *Distribución comercial aplicada*. 2ª ed. Madrid: ESIC.