



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Turismo y Urbanismo
Departamento: Turismo

(Programa del año 2020)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 18/05/2020 21:06:44)

Area: Area de Organización y Gestión de Empresas Turísticas

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
SERVICIOS TURISTICOS	TEC.UNIV.EN GEST.TURIST.	48/03	2020	1° anual

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
MIRANDA, LUCIA RAQUEL	Prof. Responsable	P.Adj Semi	20 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
4 Hs	Hs	Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoría con prácticas de aula	Anual

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
09/03/2020	26/11/2020	30	120

IV - Fundamentación

El turismo es cada vez más entendido como una actividad central en la evolución económica de muchos destinos. Existen tendencias claras que colocan al turismo como una de las actividades humanas con mayor potencial debido al aumento del tiempo de ocio, el abaratamiento del transporte, la segmentación creciente de la oferta turística, la mejora en las tecnologías de comunicación, la proliferación de productos turísticos, entre otras.

La actividad turística no podría concebirse sin la existencia de empresas prestadoras de servicios turísticos. Por ello, en esta asignatura, resulta relevante brindar al alumno un profundo conocimiento acerca de la estructura y funcionamiento de todas aquellas empresas turísticas que intervienen hoy en el mercado y su interrelación con los demás componentes del sistema turístico, desde una perspectiva dinámica, integral y empresarial. Considerando que en el contexto actual nuestra actividad está sujeta, a los avances tecnológicos y a las cambiantes necesidades y motivaciones de los turistas.

Las empresas de servicios turísticos han evolucionado a lo largo de este tiempo constituyéndose en organizaciones complejas que requieren mucho nivel de profesionalismo. En función de ello, esta asignatura profundizará sobre las herramientas de gestión para empresas turísticas que resulten más efectivas y eficaces, de manera tal que el alumno esté plenamente capacitado para afrontar con alto profesionalismo los retos comerciales que seguramente se le presentarán al comenzar su vida laboral.

De esta manera, este espacio curricular responde a objetivos del Plan de estudios N° 48/03 tales como:

- Obtener un conocimiento de las complejizaciones de la actividad a lo largo del tiempo, de acuerdo con los cambios tecnológicos y de las condiciones socio-técnico-económicas, como así también el estado actual del sector y las tendencias futuras.
- Lograr la idoneidad en el manejo de las técnicas que posibilitan una gestión profesional de la actividad.
- Dominar los procedimientos conducentes al diseño e implementación de acciones y obras de mejoramiento de los servicios turísticos tendientes a incrementar la calidad de vida humana, aprovechando el ocio creativo del hombre, en armonía con el

resto de los espacios vivientes.

Los contenidos de esta asignatura son teórico prácticos y se abordarán a través de eje estructurador como el análisis de las técnicas de diseño, organización, venta y prestación de distintos servicios turísticos, metodología de intervención y organización de servicios prestados por la agencias de viajes, utilización de herramientas técnicas instrumentales.

De esta forma se comenzará desde el conocimiento particular de la gestión de cada empresa, comenzando por las empresas de Transporte terrestre, marítimo, aéreo, para luego analizar las empresas hoteleras y conocer las organizaciones intermedias y gubernamentales que coordinan, registran y fiscalizan a las empresas turísticas. Más adelante, se integrará todo el conocimiento particular de cada empresa y organismo a través del análisis de los canales de comercialización de los servicios turísticos y la organización y gestión de una Agencia de Viajes.

Esta asignatura requerirá necesariamente una articulación vertical con asignaturas como Teoría y Técnica del Turismo, y Teoría de las Organizaciones con el propósito de avanzar en el conocimiento integral de cada tipo de empresa productora de servicios Turísticos.

Asimismo, se realizará una articulación horizontal con espacios curriculares como Análisis de Recursos Culturales, Legislación, que rigen los servicios turísticos y fundamentalmente con Prácticas Laboral I con la intención de ampliar la perspectiva de análisis del sistema turístico.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Objetivo General de la Asignatura:

Comprender la organización y funcionamiento de las organizaciones de servicios que integran el sistema turístico.

Objetivos específicos

- Analizar e interpretar los procedimientos operativos de las distintas empresas turísticas: Transportes, alojamientos y agencias de viajes y la relación entre las mismas.
- Conocer la posición y el rol que cumplen las Agencias de Viajes en el sistema turístico.
- Conocer los procedimientos operativos de las distintas empresas de distribución e intermediación Turística y las relaciones entre sus áreas operativas.
- Reconocer los efectos que tienen las nuevas tecnologías en los procedimientos operativos de las empresas turísticas.
- Desarrollar habilidades y destrezas para la gestión organizativa y operativa de las agencias de viajes.
- Analizar las funciones y organización de los organismos públicos y privados que forman parte de la superestructura turística
- Comprender la problemática de las empresas y de los servicios que producen y lograr capacidad para generar propuestas creativas e innovadoras.

VI - Contenidos

UNIDAD I: LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Concepto y características de los servicios. Distinción de los servicios turísticos. Diferenciación entre Servicio y producto turístico.

UNIDAD II: LAS AGENCIAS DE VIAJES: ORGANIZACIÓN

Concepto, tipologías, clasificación según la ley 18829. Servicios que ofrece una agencia. Estructura y funcionamiento. Tramitación de apertura y gestión posterior. Organización administrativa de una agencia de viajes.

UNIDAD III: LAS AGENCIAS DE VIAJES: OPERACIÓN

Negociación y contratación de los servicios. Categorías y características de los viajes organizados. Promoción y venta de servicios. Las agencias virtuales. Los paquetes turísticos. Programación de los mismos. La documentación de viaje.

Innovación en el armado de la Oferta Turística de una agencia.

UNIDAD IV: TRANSPORTE TURÍSTICO

- Transporte automotor. Análisis legislación. Estación terminal de Ómnibus. Rutas. Alquiler de Automóviles. Sistema de reserva y venta.
- Transporte ferroviario. Trenes turísticos en el mundo y en la Argentina. Pases de ferrocarril. Sistema de reserva y venta
- Transporte Marítimo. Navieras del mundo. Cruceros. Características de los barcos. Servicios. Canales de comercialización.
- Transporte aéreo. Organización y funcionamiento. Organismos internacionales. Evolución del Transporte aerocomercial. Compañías aéreas: Organización y gestión. Rutas. Tipos de viajes y vuelos. Aeropuertos. Tarifas. Canales de comercialización. GDS.

UNIDAD V: ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Definición, tipología. Organización, estructura y modalidades de gestión de los mismos.

UNIDAD VI: SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA

Análisis de organismos públicos y privados, nacionales, regionales e internacionales con participación en la actividad turística. Oficinas de información turística: estructura, organización y gestión. Funciones básicas.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Se efectuarán trabajos prácticos grupales e individuales, por cada núcleo problemático que se va dictando. También se incluye un Trabajo Práctico integrador individual de Innovación en Agencias de Viajes donde aplicaran todos los conocimientos adquiridos durante el cuatrimestre.

Con el propósito de integrar al alumno a la realidad empresarial turística, se solicitará que todas las semanas seleccionen un artículo periodístico de semanarios turísticos, por grupo y lo analicen. Pudiendo comentar y explicar el contenido de la misma en clase al resto de los compañeros.

Se implementara el uso de la plataforma MOODLE y como complemento un grupo de whatsapp y un grupo cerrado de Facebook, para compartir noticias del sector empresarial turístico mundial.

VIII - Regimen de Aprobación

RÉGIMEN DE PROMOCIÓN

Para ser promovido se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Participar activamente en las clases virtuales.
- aprobar todos los T.P. solicitados durante la cursada con nota no inferior a 7 (siete).
- aprobar el 100% de las evaluaciones parciales con nota no inferior a 7 (siete) sin haber recuperado ningún parcial.
- aprobar la evaluación integradora.

REGIMEN DE ALUMNOS REGULARES

Para regularizar la materia son requisitos indispensables:

- Participación activa en clase virtual, via chat o via mail.
- Aprobación del 100% exámenes parciales teórico-prácticos
- Cada examen parcial tendrá su correspondiente recuperatorio.

ALUMNOS LIBRES

La materia no admite esta condición.

IX - Bibliografía Básica

- [1] - ACERENZA, MIGUEL ANGEL (1999) Agencias de viajes. Organización y Operación, Trillas, México
- [2] - BOULLÓN, ROBERTO (2004) Calidad turística en la pequeña y mediana empresa. Ediciones Turísticas, Buenos Aires
- [3] - CHÁN, NÉLIDA (1994). Circuitos turísticos. Programación y cotización; Librerías Turísticas, Buenos Aires.
- [4] - GONZÁLEZ, RODRIGO y PERINI, Ma. MAGDALENA (2009) Formulación de Proyectos turísticos: pautas para microemprendimientos. 1° ed. Neuquen: EDUCO- Universidad Nacional del Comahue.
- [5] - GAZZERA, MA. ALEJANDRA... [et.al] (2010). Las empresas turísticas y su administración. Educo, Neuquén.
- [6] - JIMÉNEZ ABAD, CARLOS (2006) Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes Thomson Editores, Madrid.
- [7] - KOHEN, PABLO (2005). Tecnología y gestión de agencias de viajes. Editorial Machhi, Buenos Aires.

X - Bibliografía Complementaria

- [1] Artículos de actualidad de revistas especializadas en turismo “La Agencia de viajes”

XI - Resumen de Objetivos

Objetivo General: Comprender la organización y funcionamiento de las organizaciones de servicios que integran el sistema turístico.

Objetivos específicos

- Analizar e interpretar los procedimientos operativos de las distintas empresas turísticas
- Conocer el rol que cumplen las Agencias de Viajes en el sistema turístico.
- Conocer los procedimientos operativos de las distintas empresas de distribución e intermediación Turística
- Reconocer los efectos que tienen las nuevas tecnologías en las agencias de viajes.
- Analizar las funciones y organización de la superestructura turística.
- Comprender la problemática de las empresas y de los servicios que producen y lograr capacidad para generar propuestas creativas e innovadoras.

XII - Resumen del Programa

UNIDAD I: LOS SERVICIOS TURÍSTICOS
 UNIDAD II: LAS AGENCIAS DE VIAJES: ORGANIZACIÓN
 UNIDAD III: LAS AGENCIAS DE VIAJES: OPERACIÓN
 UNIDAD IV: TRANSPORTE TURÍSTICO
 UNIDAD V: ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS
 UNIDAD VI: SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA

XIII - Imprevistos

Ante la existencia de una Pandemia declarada por la OMS al inicio del primer cuatrimestre, y considerando que se ha establecido una cuarentena que cumpla con el distanciamiento social, obligatorio y preventivo (DNU 297/2020) se ha optado por la modalidad de cursado no presencial de esta asignatura. La modalidad ha sido establecida con las siguientes características vía Skype semanalmente, apoyatura vía Whatsapp. Los exámenes serán domiciliarios y se realizarán vía la plataforma moodle.

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	