



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

**(Programa del año 2024)**

**Area: Area de Organización y Gestión de Empresas Turísticas**

**I - Oferta Académica**

<b>Materia</b>	<b>Carrera</b>	<b>Plan</b>	<b>Año</b>	<b>Período</b>
SERVICIOS TURISTICOS	TEC.UNIV.EN GEST.TURIST.	48/03	2024	1° anual

**II - Equipo Docente**

<b>Docente</b>	<b>Función</b>	<b>Cargo</b>	<b>Dedicación</b>
MIRANDA, LUCIA RAQUEL	Prof. Responsable	P.Adj Semi	20 Hs
LANDRIEL, GABRIELA ALEJANDRA	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 Hs

**III - Características del Curso**

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

<b>Tipificación</b>	<b>Periodo</b>
C - Teoría con prácticas de aula	Anual

<b>Duración</b>			
<b>Desde</b>	<b>Hasta</b>	<b>Cantidad de Semanas</b>	<b>Cantidad de Horas</b>
11/03/2024	15/11/2024	15	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 y debido a decisión del Área de Organización y Gestión de empresas Turísticas del dictado conjunto con las Asignaturas gestión de Agencias de Viajes y Gestión de servicios de Transporte Turístico de la carrera de la Licenciatura en Turismo se brindando el conocimiento de la organización y gestión de una Agencia de Viajes para luego abordar el conocimiento particular de la gestión de cada empresa de Transporte, 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.

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 y SUPERESTRUCTURA**

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

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.

### **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. Innovación en el armado de la Oferta Turística de una agencia. Experiencias Turísticas. Las agencias virtuales. Los paquetes turísticos. Programación de los mismos. La documentación de viaje.

### **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.

### **UNIDAD V: ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS**

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

## **VII - Plan de Trabajos Prácticos**

Se efectuarán trabajos prácticos grupales, por cada núcleo problemático que se va dictando acerca de cada tipo de empresa turística. También se incluye un Trabajo Práctico integrador donde aplicaran todos los conocimientos adquiridos durante el año.

Asimismo, debido al carácter teórico/práctico de esta asignatura, se propiciará el diseño y organización de los diferentes viajes que realicen los distintos cursos de la Facultad de Turismo. Con el propósito de que él alumno pueda practicar la contratación de servicios y armado de paquetes turísticos de forma directa con sus pares.

Se implementara como complemento de las actividades áulicas la Modalidad Presencial con campus virtual MOODLE 3.SICA.UNSL.

## **VIII - Regimen de Aprobación**

### **RÉGIMEN DE PROMOCIÓN**

Para ser promovido se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- cumplir con un porcentaje mínimo de asistencia del 80 % de los encuentros
- aprobar el 100% de 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 8 (ocho) sin haber recuperado ningún parcial
- aprobar la evaluación integradora

### **REGIMEN DE ALUMNOS REGULARES**

Para regularizar la materia son requisitos indispensables:

- Asistencia con un porcentaje mínimo de 50 % de las clases, que serán teóricas-prácticas.
- Aprobación de dos exámenes parciales teórico-prácticos con un mínimo de 6 (seis).
- Cada examen parcial tendrá su correspondiente recuperatorio.

### **ALUMNOS NO REGULARES**

Deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Presentación con 10 días de anticipación a la fecha del examen de un trabajo integrador y la guía de trabajos prácticos para alumnos en condición de No regulares.
- Deberá rendir un examen escrito. Una vez aprobado el mismo podrá acceder a la última instancia que es el examen oral.

## IX - Bibliografía Básica

- [1] - BOULLÓN, ROBERTO (2004) Calidad turística en la pequeña y mediana empresa. Ediciones Turísticas, Buenos Aires
- [2] - CALDERÓN, M. D. (2012). Estructura y administración de agencias de viajes. Revista Conexión de Hospitalidad y Gastronomía\_Aliatuniversidades, 7.
- [3] - CHÁN, NÉLIDA (1994). Circuitos turísticos. Programación y cotización; Librerías Turísticas, Buenos Aires.
- [4] - GAZZERA, MA. ALEJANDRA... [et.al] (2010). Las empresas turísticas y su administración. Educo, Neuquén.
- [5] - JIMÉNEZ ABAD, CARLOS (2006) Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes Thomson Editores, Madrid.
- [6] - KOHEN, PABLO (2005). Tecnología y gestión de agencias de viajes. Editorial Machhi, Buenos Aires.
- [7] - KOTLER,P; BOWEN, J, MAKENS, J (2004) Marketing para turismo, Pearson Prentice Hall, Madrid.
- [8] - LANDRIEL, GABRIELA (2021 ) Documento de cátedra: Tipología de Agencias de Viajes, según su definición en el Mercado, Villa de Merlo.
- [9] - MOLINA, SERGIO (2006). El posturismo: turismo y posmodernidad. Ed Trillas. Mexico
- [10] - MIRANDA, LUCÍA (2010) Documento de cátedra: El Turismo como servicio, Villa de Merlo
- [11] - MIRANDA, LUCÍA ( 2012) Documento de cátedra: Transporte aéreo. Tarifas, Villa de Merlo
- [12] - ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1998), Introducción al turismo, Madrid.
- [13] - Perini, M. y González, R. (2014). Formulación de proyectos turísticos. Neuquén, Argentina: EDUCO - Universidad Nacional del Comahue
- [14] - SUBSECRETARIA DE CALIDAD TURÍSTICA. MINTUR. (2019) El ABC del microemprendimiento. Mod. I, II y III
- [15] - WALLINGRE NOEMÍ (2003) Transporte aéreo en Turismo. Editorial Librerías Turísticas, Buenos Aires.
- [16] - WALLINGRE, NOEMÍ (2003), Transporte carretero argentino, 3ª. Edición, Editorial Librerías Turísticas, Buenos Aires
- [17] - Turísticas, Buenos Aires
- [18] - WALLINGRE, NOEMI (2012), Situación del transporte y desarrollo del turismo, Mod I, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires.
- [19] - SERNATUR ( 2016). Manual de Experiencias Turísticas. 1º edic.. Santiago. Chile.

## X - Bibliografía Complementaria

- [1] Artículos de actualidad de revistas especializadas en turismo “La Agencia de viajes”.
- [2] Portales web especializados:
- [3] -www.hostnews.com.ar
- [4] - www.educatur.gob.ar
- [5] -www.aaavyt.org.ar
- [6] -www.turismo.gob.ar
- [7] - www.estudiosenturismo.com.ar
- [8] - Campus Mintur, Competitividad y calidad para Pymes Turísticas,Mod I, II
- [9] - Paginas Web de Diferentes Operadores (Ej: Julia Tours, Piamonte, OLA, Topdest, Viajes El Corte Ingles, Pangea (España)
- [10] - Synapsis. Empresa de Viajes y Turismo de San Martín de Los Andes. Buscador Google. Sitio Web: <http://www.turismodeexperiencias.com/>
- [11] &#61472;&#61485;&#61472;Documental Completo “Nanook of the North”. Disponible en Línea. Buscador Google. Sitio Web: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_f8J9NRchOE](https://www.youtube.com/watch?v=_f8J9NRchOE)

## XI - Resumen de Objetivos

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

## XII - Resumen del Programa

UNIDAD I: Los servicios turísticos y Superestructura

UNIDAD II: Las agencias de viajes: organización

UNIDAD III: Las agencias de viajes: operación

UNIDAD IV: Transporte turísticos

**XIII - Imprevistos**

--

**XIV - Otros**

--