



**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

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
GESTION DE AGENCIAS DE VIAJES	Lic. en Turismo	3/2014	2024	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
MIRANDA, LUCIA RAQUEL	Prof. Responsable	P.Adj Semi	20 Hs
LANDRIEL, GABRIELA ALEJANDRA	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 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	1° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
12/03/2024	18/06/2024	15	120

IV - Fundamentación

La actividad turística no podría concebirse sin la existencia de empresas prestadoras de servicios turísticos. Por ello, en esta asignatura, resulta relevante proporcionar a los alumnos un conocimiento profundo acerca de la estructura y funcionamiento de una de las principales empresas de servicios turísticos, como lo son las agencias de viajes.

Las agencias de viajes han evolucionado a lo largo del tiempo, convirtiéndose en organizaciones complejas que demandan un alto nivel de profesionalismo. En función de esto, la asignatura profundizará en las herramientas de gestión para empresas turísticas que sean más efectivas y eficaces. El objetivo es que los alumnos estén plenamente capacitados para enfrentar con alto profesionalismo los retos comerciales que seguramente se les presentarán al comenzar su vida laboral.

Los contenidos de esta asignatura son teórico-prácticos y se abordarán a través de un eje estructurador centrado en el análisis de las técnicas de diseño, organización, venta y prestación de los servicios que ofrece una agencia de viajes.

Esta asignatura requerirá necesariamente una articulación vertical con asignaturas como Introducción al Turismo y Gestión de Servicios de Transporte Turístico, con el propósito de avanzar en el conocimiento integral de cada tipo de empresa productora de servicios turísticos.

Asimismo, se llevará a cabo una articulación horizontal con espacios curriculares como Economía del Turismo, 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 gestión de las agencias de viajes.

Objetivos Específicos:

- Analizar e interpretar los procedimientos operativos de la intermediación en las distintas empresas turísticas.
- Conocer la posición y el rol que desempeñan las Agencias de Viajes en el sistema turístico.
- Familiarizarse con la vinculación de las agencias de viajes con sus proveedores.
- Reconocer los efectos que las nuevas tecnologías tienen en los procedimientos operativos de las agencias de viajes.
- Comprender la problemática de las empresas y de los servicios que producen, desarrollando la capacidad para generar propuestas creativas e innovadoras.
- Elaborar, evaluar y ejecutar el diseño de servicios turísticos en una agencia de manera efectiva.

VI - Contenidos

UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LAS AGENCIAS DE VIAJES

Proceso de comercialización en la actividad turística. La intermediación y las agencias de viajes. Rol de las agencias de viajes. Fundamentos de la gestión de agencias. Concepto, tipologías, clasificación según la normativa vigente. Modalidad de Agencias virtuales. Tramitación de apertura y gestión posterior.

UNIDAD II: ORGANIZACIÓN

Diseño de servicios que ofrece una agencia. Estructura y funcionamiento. Organización administrativa e innovación en una agencia de viajes. Atención y servicios al cliente. Principales procesos de las agencias. Mercado de Referencia y Líneas de Producto.

UNIDAD III: OPERACIÓN

Negociación y contratación de los servicios. Categorías y características de los viajes organizados. Los paquetes turísticos como experiencias turísticas. La documentación de viaje. Seguros de viaje. Programación de Paquetes. Circuitos e itinerarios. Promoción y venta de servicios: gestión del Front Office, del Back Office y servicios de postventa. Técnicas de venta.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Se efectuarán trabajos prácticos grupales e individuales, por cada núcleo problemático que se va dictando. A partir del desarrollo de la Unidad II se realizará un Trabajo Práctico integrador individual de la creación de una Empresa de Viajes y Turismo donde aplicaran todos los conocimientos que vayan adquiriendo durante el cuatrimestre.

Asimismo, debido al carácter teórico/práctico de esta asignatura, se propiciará el diseño y organización de un viaje para visitar operadores turísticos y el aeropuerto del Valle del Conlara.

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 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 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] - MOLINA, SERGIO (2006). El posturismo: turismo y posmodernidad. Ed Trillas. Mexico
- [8] - Perini, M. y González, R. (2014). Formulación de proyectos turísticos. Neuquén, Argentina: EDUCO - Universidad Nacional del Comahue
- [9] - SERNATUR (2016). Manual de Experiencias Turísticas. 1° edic.. Santiago. Chile.
- [10] - URRY, JOHN (2004)). La mirada del turista. Ed Escuela pref. De turismo y hotelería, Universidad de San Martin de Porres. Lima

X - Bibliografía Complementaria

- [1] - Artículos de actualidad de revistas especializadas en turismo “La Agencia de viajes”
- [2] - Campus Mintur, Competitividad y calidad para Pymes Turísticas, Mod I, II
- [3] - Paginas Web de Diferentes Operadores (Ej: Julia Tours, Piamonte, OLA, Topdest, Viajes El Corte Ingles, Pangea (España)
- [4] - Synapsis. Empresa de Viajes y Turismo de San Martín de Los Andes. Buscador Google. Sitio Web: <http://www.turismodeexperiencias.com/>
- [5] Documental Completo “Nanook of the North”. Disponible en Línea. Buscador Google. Sitio Web: https://www.youtube.com/watch?v=_f8J9NRchOE

XI - Resumen de Objetivos

Objetivo General de la Asignatura:

Comprender la organización y gestión de las agencias de viajes.

Objetivos Específicos:

- Analizar e interpretar los procedimientos operativos de la intermediación en las distintas empresas turísticas.
- Conocer la posición y el rol que desempeñan las Agencias de Viajes.
- Conocer la vinculación de las agencias de viajes con sus proveedores.
- Reconocer los efectos que las nuevas tecnologías tienen en las agencias de viajes.
- Comprender la problemática de las empresas y de los servicios que producen.
- Elaborar, evaluar y ejecutar el diseño de servicios turísticos en una agencia de manera efectiva.

XII - Resumen del Programa

UNIDAD I: Introducción a las agencias de viajes

UNIDAD II: Organización

UNIDAD III: Operación

XIII - Imprevistos

--

XIV - Otros

--