



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

(Programa del año 2026)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 11/06/2026 11:48:25)

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	2026	1° anual

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
MIRANDA, LUCIA RAQUEL	Prof. Responsable	P.Adj Simp	10 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	Anual

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
11/03/2026	13/11/2026	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 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

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

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: LAS AGENCIAS DE VIAJES: 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.

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. 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

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] - CHÁN, NÉLIDA (1994). Circuitos turísticos. Programación y cotización; Librerías Turísticas, Buenos Aires.
- [2] - GAZZERA, MA. ALEJANDRA... [et.al] (2010). Las empresas turísticas y su administración. Educo, Neuquén.
- [3] - JIMÉNEZ ABAD, CARLOS (2006) Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes Thomson Editores, Madrid.
- [4] - MASKARIC, J. P., & PEDETTI, M. (2018). Organización y gestión de empresas turísticas y hoteleras. Universidad Virtual de Quilmes. ISBN 978-987-774-002-8
- [5] - MOLINA, SERGIO (2006). El posturismo: turismo y posmodernidad. Ed Trillas. Mexico
- [6] - Perini, M. y González, R. (2014). Formulación de proyectos turísticos. Neuquén, Argentina: EDUCO - Universidad Nacional del Comahue
- [7] - PRIETO, M. F. (2022). Design Thinking en el turismo: Técnicas para el diseño de experiencias memorables. Ugerman Editor. ISBN 9789879468807
- [8] - SERNATUR (2016). Manual de Experiencias Turísticas. 1º edic.. Santiago. Chile.
- [9] - SUBSECRETARIA DE CALIDAD TURÍSTICA. MINTUR. (2019) El ABC del microemprendimiento. Mod. I, II y III
- [10] - URRY, JOHN (2004)). La mirada del turista. Ed Escuela pref. De turismo y hotelería, Universidad de San Martin de Porres. Lima
- [11] - WALLINGRE NOEMÍ (2003) Transporte aéreo en Turismo. Editorial Librerías Turísticas, Buenos Aires.
- [12] - WALLINGRE, NOEMÍ (2003), Transporte carretero argentino, 3a. Edición, Editorial Librerías Turísticas, Buenos Aires
- [13] - WALLINGRE, NOEMI (2012), Situación del transporte y desarrollo del turismo, Mod I, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires.
- [14] - WALLINGRE, NOEMI (2012), Situación del transporte y desarrollo del turismo, Mod I, Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires.

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,
- [10] Viajes El Corte Ingles, Pangea (España)
- [11] - Synapsis. Empresa de Viajes y Turismo de San Martín de Los Andes. Buscador Google. Sitio
- [12] Web: <http://www.turismodeexperiencias.com/>
- [13]  Documental Completo “Nanook of the North”. Disponible en Línea. Buscador Google. Sitio
- [14] Web: 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
UNIDAD V: Alojamientos turísticos.

XIII - Imprevistos

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA

	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	