



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO
FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS
LICENCIATURA EN TURISMO**

PROGRAMA GESTION DE AGENCIAS

**Departamento: Turismo
Año Académico: 2019
Carrera: Licenciatura en Turismo
Espacio curricular: Gestión de Agencias
Área a la que pertenece: Turismo y Gestión
Año en que se cursa: 4° Año
Régimen: Semestral
Carácter: Obligatorio/ Asignatura teórico aplicada
Carga horaria total: 70hs
Carga horaria semanal: 5 hs
Espacio curricular correlativo: Reservas y Emisión**

**Equipo de cátedra:
Titular: Lic. Paola Miner
J.T.P.: Lic. Antonela Blanco**

FUNDAMENTACIÓN

Enmarcando al fenómeno turístico como una actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas, el mismo no tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es la producción de servicios que varía dependiendo de los países y de las regiones particularmente. Entendido como un significativo complejo, dinámico, portador de conocimientos específicamente connotados en marcos regionales socio – político – económico y culturales, el Turismo constituye un desafío y fuente profesional – productivo, de y en las sociedades contemporáneas.

Resulta imprescindible la formación de profesionales capaces de gestionar diversas estrategias para las prestaciones relacionadas directa e indirectamente a la actividad turística. El rol del asesor de viajes es fundamental en el campo turístico. El profesional no solo tiene como misión lograr el cierre de la venta sino que gerencia, produce, asesora, aconseja y organiza de tal manera que todos los agentes intervinientes estén satisfecho en su totalidad y cubran con sus necesidades.

Desde este espacio lo que se propone es que el alumno pueda comprender el manejo de una agencia de viaje a través de su gestión. El alumno tendrá que aplicar en esta cátedra sus conocimientos



Previamente adquiridos en otras asignaturas. El acompañamiento del docente será esencial para el aprendizaje.

OBJETIVOS:

El objetivo principal es brindar las herramientas necesarias al alumno para que este pueda incorporarse en el ámbito laboral de una agencia de viaje. Para esto deberá cumplir con estas siguientes metas:

- Conocer e identificar los tipos de agencias de viajes
- Conocer la formalidad del idóneo en turismo en la agencia de viajes, su normativa y sus obligaciones dentro de la misma.
- Conocer la vinculación de empresas de turismo con sus proveedores como: líneas aéreas, organizaciones hoteleras, operadores de transporte terrestre, etc., a fin de programar viajes internacionales y regionales.
- Desarrollar habilidades, valores y aptitudes a ejercer en el ámbito laboral, ético y profesional del agente de viajes.
- Aprender a detectar la necesidad del cliente
- Determinar cuáles son los destinos turísticos más importantes a nivel nacional o internacional
- Aprender a cotizar viajes
- Simular y ejercitar situaciones cotidianas de la vida profesional del agente de viajes.
- Organizar viajes y comprender el circuito de reservas de los servicios implicados.
- Afrontar situaciones problemáticas en la gestión de agencias, adquirir los conocimientos y desarrollar las habilidades para resolverlas.
- Calcular y cotizar paquetes turísticos y sus condiciones de contratación.
- Comprender la función de la tecnología de la información: Sistemas globales de distribución e internet.
- Conocer los tipos de servicios y operadores actuales

CONTENIDOS CONCEPTUALES:

UNIDAD I: AGENCIAS DE VIAJES Y SU LEGISLACION

Introducción a la Agencia de Viajes. Evolución. Funciones. Clasificación. Equipamiento. Actores intervinientes. Tipología de agencias de viajes según sus funciones y su actividad. Agencias de Viajes IATA. Agencia tradicional y Agencias virtuales. Sistema BSP.

Legislación: Ley de Agencias de Viajes 18829. Ley Nacional de Turismo 25997. Ley de Turismo Estudiantil 25599. Idóneos de turismo. Actualizaciones y resoluciones vigentes. FAEVYT.

Bibliografía Obligatoria

ACERENZA, Miguel Ángel, (2010) *Agencias de Viaje: Organización y Operación*. Editorial Trillas
Ley 18829/70, reguladora de las agencias de viajes argentina
Ley Nacional de Turismo 25997



IATA, Manual de Emisión. Buenos Aires. Edición Resolución 812 & 818g

<http://www.registrodeidoneos.org.ar/>

<https://www.boletinoficial.gob.ar/#!DetalleNormaBusquedaAvanzada/7270840/20050107>

UNIDAD II: SERVICIOS TURISTICOS

Definición de: Productos y servicios, programas, paquetes, itinerarios. Confección y características de paquetes turísticos. Vocabulario técnico en general. Paquetes turísticos.

Operadores Turísticos Europeos y del mundo

Transporte Marítimo: Cruceros. Enfoque general. Principales navieras y sus recorridos. Ferrys. Estructura de precios: netos, comisionables, impuestos

Transporte Aéreo: Compañías Aéreas que operan hacia y desde Argentina. Alianzas. Programa de pasajeros frecuentes. Tipos de tarifas (públicas – netas o negociadas). Compañías bajo costo.

Transporte Terrestre:

- Ferrocarril. Pases y tarifas. Trenes.
- Automóvil: alquileres, condiciones, seguros y tarifas.
- Transfers.
- Buses

Alojamiento. Categorización. Régimen de comidas. Funcionalidad y equipamiento. Sistemas de reservas online.

Asistencia del viajero. Principales aseguradoras y cobertura, sistema operativo, costos. Apps

Servicios adicionales al armado de un servicio: excursiones, entradas a atractivos y eventos artísticos/deportivos, guías y coordinadores, etc.

Documentos de viaje y requisitos de ingreso al extranjero. Divisas. Tasas, impuestos y percepción, Vacunas. Políticas de menores

Bibliografía Obligatoria

CHAN Nélica, (2005) Circuitos turísticos, programación y cotización, Ediciones Turísticas.

BLASCO, Albert, (2017) Manual de Gestión de producción de alojamiento y restauración. Editorial Síntesis.

SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACION, (2008) Nuevas Modalidades de alojamientos.

MANCINI Marc, (2001) Guía sobre la industria de los cruceros, Madrid Paraninfo

IATA, Manual de Emisión. Buenos Aires. Edición Resolución 812 & 818g

<https://www.europamundo.com>

<https://www.msccruceros.com.ar/es-ar/Homepage.aspx>

<https://www.costacruceros.com/>

<https://www.royalcaribbean-espanol.com/lac/es>

<https://www.assistcard.com/ar>

www.Budget-int.com

www.Avis-int.com

www.hoteldo.com



www.hotelbeds.com

www.raileurope.com

www.ola.com

<http://www.migraciones.gov.ar/accesible/indexD.php>

<https://www.iatatravelcentre.com>

UNIDAD III: PRINCIPALES DESTINOS TURISTICOS

Conocer sus características como así su estacionalidad y que ofrece a nivel turístico cada destino. Esta unidad se trabajara en conjunto con la unidad II

NACIONALES: Buenos Aires, Litoral, Norte, Cuyo, Centro y Patagonia

INTERNACIONALES: Sudamérica: Brasil, Perú y Colombia. América del Norte: Miami, Orlando, New York, Las Vegas, Los Ángeles, San Francisco. México: Riviera Maya, Cancún y Los Cabos. Caribe Central. Europa: Grandes capitales. Europa del Este. Europa occidental, Escandinavia. Sudáfrica. Medio Oriente: Egipto- Marruecos- Grecia y Turquía. Asia: el triángulo del sudeste asiático e islas. China y Japón. Oceanía: Australia, Nueva Zelanda y la Polinesia.

Bibliografía Obligatoria

BARRADO, Diego y Calabuig, Jordi (2009) Geografía mundial del Turismo. Editorial Síntesis. Madrid.
Compendio de guías de viajes elaboradas por el titular de la cátedra
Panorama OMT del Turismo Internacional, UNWTO. Edición 2017

UNIDAD IV. MERCADO ACTUAL DE LA AGENCIA

El comportamiento del cliente. Tendencias actuales

Herramientas de marketing y canales de compra. Publicidad en base a la estacionalidad de la oferta. Nacionales e internacionales.

Comunicación, Servicio al cliente. Formas de pago. Ética profesional. Gestión del Back office

Atención telefónica, negociación y venta. Segmentación del Mercado

Bibliografía Obligatoria

KOTLER, Philip. (2011). Marketing turístico. Quinta edición. Pearson Educación, Madrid.
JIMÉNEZ ABAD, Carlos Enrique (2006). Producción y Venta de Servicios Turísticos en Agencias de Viajes, España. Ediciones Parainfo
MILIO BALANZA, Isabel. (2005)Diseño y Comercialización de productos turísticos locales y regionales. Ediciones Parainfo
DE BORJA SOLE, Luis y otros. (2002) El consumidor turístico. ESIC Editorial. España

UNIDAD V: PROCESO DE VENTAS

Técnicas de ventas aplicables al vendedor: proceso para una venta efectiva, indagación, manejo de objeciones. Cierre exitoso de una venta. Liderazgo y motivación



Gestión del Front Office. Asesoramiento - Cotización de servicios. Condiciones de contratación. Reembolsos, cambios.

Procesos operativos de compra: directa al operador receptivo e indirecta a través de un mayorista. Confección de vouchers.

Post venta-Idealización del cliente- Gestión de reclamos. Normativas y estándares de calidad aplicables a la agencia de viajesSIGO - IRAM.- ISO – SECTUR.

Bibliografía

BOULLON, Roberto (2003). Calidad turística en la mediana y pequeña empresa. Ediciones turísticas. Buenos Aires

ADES, Leslie (2007) Manual del Vendedor profesional. Deusto Ediciones

FORD, Robert y otros (2001) Atención al cliente en los servicios de ocio. Ediciones Parainfo.

SCHWARTZ, David J. (2011) La Magia de Pensar en Grande. Estados Unidos

Manual de Calidad en el sector de agencias de viajes, Realizado por el equipo Turismo de PricewaterhouseCoopers, España 2009

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES:

- Analizar textos para incorporar los contenidos específicos
- Comparar los diferentes prestadores de servicios a través de páginas web
- Participar activamente del campo virtual incorporando sus contenidos
- Experimentar la simulación de reservas con contenidos actualizados
- Utilizar las redes sociales de los diferentes agentes y analizarlas
- Comparar los diferentes tipos de posibles compradores
- Utilizar los sistemas de gestión
- Analizar la oferta a través de material físico y tecnológico

CONTENIDOS ACTITUDINALES:

- Valoración de conocimientos previos que el alumno posea
- Respeto a las diferentes opiniones en relación alumno - profesor
- Comportamiento adecuado con actitud de compromiso
- Actitud y dedicación ante la formación como futuro profesional del turismo
- El conocimiento fundamentado como base para la operación asertiva.

METODOLOGÍA:

En este espacio se priorizara un proceso de aprendizaje practico y teórico. Se harán actividades que lleven al alumno a simular posibles casos que se le presentan al profesional del turismo en una agencia de viajes en la actualidad.

- Clases Expositivas
- Trabajos prácticos de investigación individual y grupal
- Roll Play (Desarrollo interactivo y participativo entre los alumnos)
- Aula Virtual con diferentes actividades, según programa
- Análisis de Casos y debate



- Comparación e Inducción
- Clases prácticas en sala de informática
- Salidas de campo

PROCESO EN AULA VIRTUAL

Este desarrollo se establece en virtud de la Ordenanza N° 006/2015 de la Facultad de Filosofía y Letras, dependiente de la Universidad Nacional de Cuyo.

El porcentaje de trabajo del alumno en aula virtual es de un 25% del total del desarrollo de los temas del programa.

RÉGIMEN DE CATEGORÍA, INSCRIPCIÓN, EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS ALUMNOS

Se referencia a la Ordenanza 001/2013 y 031/2018 de la Facultad de Filosofía y Letras, dependiente de la Universidad Nacional de Cuyo

EVALUACIÓN:

Alumno regular

El alumno deberá cumplir con:

2 (dos) Evaluaciones Parciales con calificación igual o mayor a 6 (seis) incluye, 1 instancia de recuperatorio por ausencia con presentación del certificado correspondiente en 5 días hábiles

75% de trabajos prácticos aprobados individuales y/o grupales con calificación igual a mayor a 6 (seis).

Cuando el alumno no cumpla con 1 (una) o ninguna de las instancias anteriores quedará en condición de alumno libre.

Alumno libre:

Los alumnos libres en el espacio curricular deberán rendir un examen final mixto (escrito y oral) en los turnos de exámenes especificados. Aquellos alumnos libres que no aprueben el examen escrito no podrán pasar al oral. La modalidad del examen será decidida por el tribunal en el momento de conformación del mismo en el llamado correspondiente. Se acreditará si obtiene una calificación igual o mayor a 6 (seis)

Acreditación con examen final

La realizará el alumno cuando esté en condición de regular, con un examen final oral o escrito ante tribunal. Se acreditará si obtiene una calificación igual o mayor a 6 (seis)

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Panorama OMT del Turismo Internacional, UNWTO. Edición 2017



- MARTIN ROJO, Inmaculada. (2014) *Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico*. Ediciones Pirámide.
- El Turismo hacia el 2030, ONWTO, Edición 2017
- DAHDA, J., (2006), *La publicidad turística*, Madrid, Editorial Mad.
- Ley 18829/70, reguladora de las agencias de viajes argentina
- MOLINA Sergio E. *Planificación integral del turismo, un enfoque para Latinoamérica*. Editorial Trillas.
- RUFIN MORENO, Ramón. (2002) *Comercio electrónico de las empresas turísticas*. Estudios Turísticos. Madrid.
- WAGNER, Mariela (2016). *Calidad Turística Total- En busca de organizaciones más competitivas*, Bs. As. Argentina, Ediciones Turísticas
- KNOBEL, HORACIO (2009). *El transporte aéreo de pasajeros y sus equipajes*, Argentina, Ladevi Ediciones
- MAXWELL, John (1998). *Las 21 leyes irrefutables del liderazgo*. Nashville.

Páginas Web

<http://www.booking.com>

<https://www.google.com/flights>

<https://www.despegar.com.ar>

<https://www.trivago.com.ar>

<http://www.aa2000.com.ar>

<http://www.latam.com>

Salidas extracurriculares

- Visitas a agencias de viajes, fecha a determinar
- Visitas a hoteles, fecha a determinar

Dra. SANDRA PÉREZ STOCCO
Directora de la Licenciatura en Turismo
Facultad Filosofía y Letras - U.N.Cuyo