



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

PROGRAMA GESTION DE AGENCIAS

Datos de Identificación del espacio curricular:

Denominación: Gestión de agencias

Código SIU-Guaraní: 15402

Departamento: Turismo

Ciclo Lectivo: 2021

Carrera: Licenciatura en Turismo

Plan de Estudio: ORD. 10/15

Formato curricular: teórico aplicada

Carácter: Obligatorio

Área a la que pertenece: Turismo y Gestión

Año en que se cursa: 4° Año

Régimen: Semestral

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

Colaborador: Lic. Alejandro Ferro

FUNDAMENTACIÓN

El Espacio Curricular "Gestión de Agencias" tiene por finalidad formar profesionales.

Esta asignatura está programada para estudiantes de cuarto año de la carrera Licenciatura en Turismo, encuadrada en el primer semestre del año, según lo establecido por la Ordenanza 10/15 del Plan de Estudios. Nos parece fundamental que el alumno incorpore conocimientos para desarrollarse de manera efectiva en una agencia de viajes o línea aérea y así utilizar las competencias adquiridas. Además el uso de las herramientas prácticas y teóricas de comercialización permitirá al estudiante un mayor desarrollo y apertura generando nuevas oportunidades de mercado, detectando la demanda y



conociendo su oferta. Así, los llevará a comprometerse en el “mundo turístico” manteniéndose actualizados con las novedades del sector turístico.

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 gestor de viajes es fundamental en el campo turístico. El profesional deberá ser capaz de gerenciar, producir, asesorar, aconsejar y organizar de tal manera que todos los agentes intervinientes estén satisfechos en su totalidad y cubran las necesidades de los clientes.

Desde este campo curricular lo que se propone es que el alumno pueda comprender el manejo de una agencia de viaje a través de su gestión y la práctica en tiempo real. En esta cátedra el estudiante tendrá que aplicar 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, línea aérea o cualquier área técnica que corresponda. Para esto deberá cumplir con las siguientes expectativas de logro:

- 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 LEGISLACIÓN

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. Estructura organizativa de una agencia de viajes.

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

Bibliografía Obligatoria

ACERENZA, Miguel Ángel, (2010) *Agencias de Viaje: Organización y Operación*. Pag. 131 a 151. 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.registroidoneos.org.ar/>

<https://www.boletinoficial.gob.ar/#!DetalleNormaBusquedaAvanzada/7270840/2005010>

Z

UNIDAD II: SERVICIOS TURÍSTICOS

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

Estructura de precios: netos, comisionables, impuestos. Nuevos impuestos Argentina

Operadores Turísticos Europeos y del mundo .

Transporte Aéreo: Compañías Aéreas que operan hacia y desde Argentina. Alianzas. Programa de pasajeros frecuentes. Tipos de tarifas. Compañías de bajo costo.

Transporte Terrestre:

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

Transporte Marítimo: Cruceros. Enfoque general. Principales navieras y sus recorridos. Ferrys.

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. Políticas de menores. Divisas. Tasas y percepción. Vacunas obligatorias para viajar según el destino. Procesos operativos de compra: directa al operador receptivo e indirecta a través de un mayorista. Confección de vouchers de cada servicio.

Requisitos para la entrada al país en contexto de pandemia Covid-19

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/world.php>

UNIDAD III: DESTINOS TURISTICOS NACIONALES E INTERNACIONALES

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 lo que permitirá investigar y relacionar los destinos con sus principales servicios turísticos: frecuencias aéreas, hotelería, trenes, cruceros y circuitos.

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, Riviera Nayarit. República Dominicana: Punta Cana y Bayahibe. Cuba: La Habana, Varadero, Cayos Cubanos. Costa Rica. Panamá. Europa: España, Francia, Italia, Inglaterra. Praga, Viena, Budapest. Grecia. Turquía. Dubái. Egipto. Marruecos. Sudáfrica. Asia: China y Japón. Sudeste asiático: Tailandia, Vietnam e India.

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. Tipos de clientes. Tendencias actuales

Herramientas de marketing. Marketing Mix. Marketing online.

Análisis de la competencia, segmentación e investigación del mercado. Análisis DAFO.

Publicidad en base a la estacionalidad de la oferta. Nacionales e internacionales.
Publicidad emocional y en el turismo

Canales de compra: tipos



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 Y POST VENTA

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

Liderazgo. Definición, tipos y teorías. Liderazgo aplicado al profesional

Motivación. Definición, características y factores motivacionales. Comunicación, Servicio al cliente. Formas de pago. Ética profesional. Gestión del Back office

Atención telefónica, negociación y venta.

Post-venta, fidelización del cliente- Gestión de reclamos. Normativas y estándares de calidad aplicables a la agencia de viajes SIGO - IRAM.- ISO – SECTUR.

Bibliografía

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

PROPUESTA METODOLÓGICA:

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

- Aula virtual, este espacio será vital para los primeros meses de cursado
- 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 con sistemas de reservas en tiempo real
- Salidas de campo

Salidas extracurriculares (si las clases se realizan de forma presencial)

- Visita a Agencia de viajes
- Visita al aeropuerto de Mendoza
- Visitas a Aerolíneas Argentinas, fecha a determinar

En el caso de realizarse las clases de manera virtual desarrollaremos una propuesta para ofrecer charlas con diferentes referentes del sector. EJ: Ejecutiva de Aerolíneas Argentinas (actividad planificada para el año 2021).



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 trabajo del alumno en aula virtual es obligatorio y responderá al marco conceptual de este programa. Se avisará en tiempo y forma las instancias evaluativas obligatorias y su metodología.

Enmarcado en un contexto de pandemia nos fortalece con el equipo de cátedra y nos lleva a trabajar y a estar aptos para la bimodalidad: presencial y virtual, es por eso que este plan de enseñanza-aprendizaje está adaptado a ello.

Actividades complementarias

Las actividades virtuales se encuentran detalladas en el Anexo 1 Modificaciones de Ciclo Lectivo 2021.

A través del aula virtual se realizarán las **actividades**: estas estarán luego de cada clase y no serán con calificación numérica, pero si son muy necesarias para seguir el rendimiento y el desempeño de la materia y también se llevarán a cabo las **prácticas**: estas contarán de una nota calificativa. En el cronograma se determina las fechas de entregas de las mismas; a continuación está el detalle de las prácticas:

Práctica N°1: Análisis de casos y defensa: donde los estudiantes tendrán que enfrentarse a diferentes situaciones reales e integrar la Ley Agencias de viajes 18829 con experiencias en el armado de una agencia.

Práctica N°2: Destinos Turísticos. Conocer y estudiar cuáles son los principales destinos trabajados en el mercado turístico, a nivel nacional e internacional.

Práctica N°3: Confección y venta de un paquete turístico. Consiste en el armado de un paquete turístico a un destino a elección y su posterior venta al público.

Práctica N°4: Gestión de pos venta, fidelización y calidad. Consiste en resolver conflictos que se pueden presentar en la gestión post venta y sobre la calidad de los servicios turísticos. Análisis de casos reales.

Además de las actividades que los profesores propongan como foros y actividades a desarrollar sobre la actualidad turística.

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

Propuesta de Evaluación

La evaluación de los estudiantes será continua, el equipo de cátedra tendrá además de los exámenes parciales y las prácticas implementará un sistema de autoevaluación y una coevaluación donde los estudiantes tendrán que determinar su propio rendimiento y el rendimiento de sus propios compañeros/as. La figura del docente será como la de mediadora o moderadora.

De esta manera el estudiante podrá ponerse en el lugar del profesor y que evalúen los conocimientos adquiridos por un compañero y que ellos a su vez también han debido aprender previamente. Esto resulta realmente innovador y les generará un cierto compromiso y aprendizaje hacia la asignatura

Lo que se plantea con esta dinámica es educar en la responsabilidad y para aprender a valorar, criticar y a reflexionar sobre el proceso de enseñanza y aprendizaje individual. Unido con el feedback entre los compañeros, es decir, se potencia el aprendizaje a través de la retroalimentación que surge de críticas constructivas, observaciones personales y puntos a tener en cuenta.

EVALUACIÓN:

Alumno regular

El alumno deberá cumplir con:

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

Cronograma de evaluaciones:

- Fecha del 1 parcial: lunes 3 y martes 4 de mayo (Unidad 1, 2 y 3). Este parcial se realizará de manera presencial en el aula T1 de la facultad.
- Fecha del 2 parcial: lunes 1 de junio (Unidad 4 y 5)
- Recuperatorio: 8 de junio

75% de las prácticas aprobadas individuales y/o grupales con calificación igual a mayor a 6 (seis). Es decir 3 de los 4 trabajos prácticos, más las prácticas de clases propuestas por los profesores. Estos se tendrán que realizar a través del aula virtual.

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>

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

<http://www.latam.com>

Anexo 1 Modificaciones Ciclo Lectivo 2021

Debido a la situación de fuerza mayor (COVID-19) las clases serán virtuales hasta que la facultad lo disponga. En el caso que la situación se regularice las clases serán presenciales y la presentación de las prácticas de la Unidad 1, 3, 4 y 5 será de manera oral, además de escrita.

Se establecen los siguientes criterios de evaluación:

- 75% de actividades individuales aprobadas
- Participación en foros y consulta (se evaluará la presencia del alumno en las actividades, prácticas y consultas)
- Toda otra actividad que se mencione en carácter necesaria de calificación
- Entrega de prácticas individuales y/o grupales.

Cada semana se subirá a la plataforma virtual una clase, en formato de video. Cada clase tendrá su actividad detallada. En cuanto a las prácticas con calificación estas deberán ser presentadas en el plazo que los profesores consignen y de manera virtual. Algunas clases serán presenciales y estarán detalladas en los siguientes párrafos.

El primer examen será de manera presencial y abarca las unidades 1, 2 y 3, el segundo será de manera virtual y abarcará las unidades número 4 y 5.

A continuación se detallan las clases que se dictarán de manera virtual, pueden ser modificadas si los profesores lo consideren necesario para un mejor aprendizaje de los estudiantes.

El presente cronograma tiene un total de 20 clases, descontando los feriados y las mesas de exámenes de mayo.

Se planificó 3 semanas en el aula T1 calculando un promedio de inscriptos de 30 alumnos, es por eso que por protocolo se tiene que dividir la clase en 2.

Clase I: 22 de marzo- Clase virtual

Video de presentación de la materia. ¿Cómo se rinde, con cuanto se aprueba? Exámenes.
Trabajo con el aula virtual

Clase ofrecida a través de un video donde se explicará los temas a trabajar, estos son:
Definición de agencias de Viaje. Historia y su evolución. Tipos de agencias. Clasificación de las agencias según sus funciones, según su actividad

Video de explicación sobre la Ley de Agencias de Viajes 18829, decreto N° 2.182:
Principales conceptos. Asociaciones Amavyt y Faevyt. Resolución 763/92 de La Ley de Agencias de viajes 18829. ¿Qué son los idóneos? ¿Ventajas? ¿Cómo es la inscripción? Iata: ¿Qué es? ¿Quiénes son las agencias IATA? ¿Cuáles son sus ventajas? BSP.

Práctica N°1: Análisis de casos donde los estudiantes tendrán que enfrentarse a diferentes situaciones reales e integrar la Ley con experiencias en el armado de una agencia. Serían grupos de 2 personas, subir al aula virtual un video de hasta 3 minutos presentando su agencia y resolviendo el caso.

Clase II: 23 de marzo- Clase virtual

Se presentará la teoría en formato de video: Servicios turísticos y sus características. Definición de productos y servicios, programas, paquetes, itinerarios. Paquetes turísticos, tipos, confección y características de los mismos, vocabulario técnico en general.

Se dará la consigna de los destinos para la Práctica N° 2 con fecha de entrega a través del aula virtual de manera escrita y oral.

Clase III: 29 de marzo- Clase virtual

Operadores turísticos de mayor importancia: Europa y Asia. Estructura de precios: netos y comisionables, impuestos.

Video donde se explica cómo ingresar a la página de los operadores (Europamundo, OLA, Julia Tours) y cómo trabajar en ellos: se verán los paquetes y circuitos existentes, su análisis y cómo realizar cotizaciones y reservas.

Actividad: Cotización Operadores Turísticos, diferentes actividades para que los estudiantes puedan resolverla en línea.

Clase IV: 30 de marzo- Clase virtual

Se presentará la teoría en Power Point. En el aula virtual y luego será presencial. Transporte Aéreo: Compañías aéreas que operan hacia y desde Argentina. Alianzas aéreas. Programa de pasajeros frecuentes. Tipo de tarifas. Compañías de bajo costo.

Actividad: búsquedas de vuelos y cotización. Se les dará una actividad para que los estudiantes puedan resolverla en línea.

En esta clase incluiremos una actividad donde se coticen en conjunto aéreo + circuitos

Clase V: 5 de abril – Virtual

Se presentará la teoría en Power Point: Transporte Terrestre: Trenes, tipos, pases y tarifas.

Video donde se explica cómo ingresar a la página de un operador de trenes (Raileurope) y cómo ver sus recorridos y simular reservas y realizar cotizaciones.

Actividad: búsqueda y cotización de trenes

Se presentará la teoría en Power Point: Transporte Terrestre: Automóvil: alquileres, condiciones, seguros y tarifas. Transfers.

Video donde se explica cómo ingresar a la página de operadores de autos (Budget y Avis), simular reservas y realizar cotizaciones.

Actividad: búsqueda y cotización de autos

En esta clase incluiremos una actividad donde se cote en conjunto aéreo + circuitos + autos + trenes. Todas las clases agregaremos el servicio que vimos la clase anterior.

Clase VI: 6 de abril – Virtual

Se presentará la teoría en Power Point: Transporte Marítimo: Cruceros. Enfoque general. Principales navieras y sus recorridos. Ferrys.

Video donde se explica cómo ingresar a la página de los operadores de cruceros (MSC, Costa Cruceros, Pullmantur, NCL o Royal Caribbean): realizaremos reservas y analizaremos las diferentes navieras.

Actividad: como reservar en crucero, buscar las rutas de los diferentes países, que incluyen, como es el paquete de bebidas, las propinas.

En esta clase incluiremos una actividad donde se cote en conjunto aéreo + circuitos + autos + trenes + cruceros. Todas las clases agregaremos el servicio que vimos la clase anterior.

Clase VII: 12 de abril – Virtual

Se presentará la teoría en Power Point: Alojamiento: categorización, régimen de comidas, funcionalidad y equipamiento. Sistemas de reserva online ¿Cómo se hace un voucher? ¿Cómo se lee?

Video explicativo donde trabajaremos con el operador OLA, viendo opciones de alojamiento en diferentes países, tipos de cama, regímenes, simulando reservas y cotizando tarifas.

Actividad: Cotización de alojamiento, los diferentes tipos depende del destino. En esta clase incluiremos una actividad donde se cote en conjunto aéreo + circuitos + autos + trenes + alojamiento. Todas las clases agregaremos el servicio que vimos la clase anterior.

Clase VIII: 13 de abril – Virtual

Se presentará la teoría en Power Point: Asistencia del viajero. Principales aseguradoras y cobertura, sistema operativo, costos. Apps. ¿Cómo emitir un assistcard? Casos reales de emisión de seguros. Ficha de datos.

Video donde se explica cómo ingresar a la página de AssistCard: paquetes de asistencia, coberturas, tarifas y reservas.

Actividad: Cotización de seguros médicos y excursiones

Se presentará la teoría en Power Point: Servicios adicionales al armado de un servicio: excursiones y traslados

Video donde se explica cómo buscaren la página de OLA: excursiones, tarifas y reservas.

Actividad: Buscar una excursión de México, Egipto y Australia y desarrollar sus características y nombrar porque es importante.

Se presentará la teoría en Power Point: Documentos de viaje y requisitos de ingreso al extranjero. Divisas. Tasas, impuestos y percepción, Vacunas. Políticas de menores. Documentación en tiempo de pandemia.

En esta clase incluiremos también la cotización en conjunto de un pasaje aéreo + un alojamiento+ una excursión + un traslado

Clases IX y X: 19 y 20 de abril: Clase de práctica presencial en el aula T1 sobre la unidad número 2

Clase XI: 26 de abril – Virtual

En esta clase se desarrollará la unidad número IV. Se darán las pautas para el armado de los paquetes que se tendrán que presentar el 31 de mayo. Esta actividad consiste en el armado de un paquete turístico al destino que los estudiantes elijan, tienen que aplicar las unidades antes vistas. Ese paquete tiene que contener por lo menos un aéreo, un alojamiento, los traslados y una excursión. Tiene que ser innovador.

Luego de confeccionarlo tienen que promocionarlo e intentar venderlo en un video de no más de 5 minutos. Deberían apoyarse con un material gráfico (pueden hacerlo tipo folleto)

En esta clase serán además las exposiciones de la Práctica N°2 - Tiempo: no más de 15 minutos por grupo.

Clase XII: 27 de abril – Virtual

Presentación de la práctica 2. Tiempo: 15 minutos por grupo

Clase XIII y XIV: 3 y 4 de mayo – Presencial

1° Parcial de manera presencial. Unidad I, II y III

Clase XV y XVI: 10 y 11 Mayo – Presencial

Esta clase será de técnicas de ventas aplicables al vendedor: proceso para una venta efectiva, indagación, manejo de objeciones. Cierre exitoso de una venta.

Videos de una venta exitosa y una venta no favorable.

Luego se explicara la teoría de Liderazgo y Motivación



Formas de pago. (Financiación) Ética profesional.

Post venta-fidelización del cliente- Gestión de reclamos. Normativas y estándares de calidad aplicables a la agencia de viajes.

Actividad en clase: en esta clase se realizará un juego de roles y liderazgo.

Presentación de la Práctica N°4 día 26/05 debido a los feriados y mesas de exámenes.

Clase XVII: 31 Mayo – Virtual

Presentación de la Práctica N°3: armado de paquetes de la unidad 4. En esta clase los estudiantes tendrán que subir sus videos de no más de 5 minutos.

Clase XVIII: 1 de Junio

En esta clase realizara el segundo parcial.

Clase XIX: 7 de Junio

En esta clase se realizará una charla con la ejecutiva de Aerolíneas Argentinas para que los estudiantes conozcan de adentro una línea aérea.

Clase XX: 8 de Junio

En esta clase se hará el recuperatorio

El foro de consultas y dudas siempre estará disponible para que los estudiantes puedan despejar sus dudas y así realizar un aprendizaje continuo y en conjunto con los profesores.

Paola Romina Miner

Licenciada en Turismo



PROGRAMA REVISADO

Directora del Departamento de Turismo

Dra. Sandra Pérez Stocco