



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



**Universidad
Nacional
de Quilmes**

Universidad Nacional de Quilmes. Departamento de Economía y
Administración

Agencia de viajes



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Compartir Igual 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Universidad Nacional de Quilmes. Departamento de Economía y Administración. (2024). Agencia de viajes. (Programa). Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes
<http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/6588>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Departamento de Economía y Administración
Programa Libre – Cursos Presenciales

Carrera:	Licenciatura en Administración Hotelera – Plan 2014/15
Año:	2024
Curso:	Agencia de Viajes
Créditos:	10 (diez) Plan 2014/2015
Núcleo al que pertenece:	Ciclo Superior. Núcleo de Cursos Electivos
Tipo de Asignatura:	Teórico-Práctica

Presentación y Objetivos:

El turismo es un fuerte generador de recursos económicos y sociales. Sus principales actores: los hoteles, las agencias de turismo, los transportes, las atracciones, los servicios públicos, las confiterías y restaurantes, etc; son quienes forman la compleja red que hacen de esta industria una de las más activas a nivel mundial y con mayores perspectivas de crecimiento.

En la actualidad nuevos escenarios requieren de la incorporación constante de nuevos actores y perfiles de trabajo que permitan el aprovechamiento de las nuevas vías de negocio que sugieren los sistemas y las tecnologías. Nos encontramos ante un mundo empresarial en constante evolución. Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) tienen una gran importancia en la industria de los viajes y el turismo. Esto se debe a que las actividades que se realizan requieren un uso intensivo de información y de las comunicaciones.

El objetivo de la materia es recrear las condiciones y situaciones del trabajo en una Agencia de Viajes y Turismo generando un espacio de formación teórico y práctica.

En cuanto a los objetivos específicos, esperamos que al finalizar el curso:

- Que los alumnos reconozcan las principales características del turismo en la era de la información, los cambios de hábitos de la demanda y el nuevo escenario tecnológico
- Que los alumnos identifiquen la función de una agencia de viajes como empresa de servicio turístico en el contexto de la intermediación

- Que los alumnos adquieran el conocimiento teórico y las habilidades prácticas para la comercialización de los principales servicios y productos que ofrece una agencia de viajes
- Que los alumnos incorporen los conocimientos prácticos de los sistemas de gestión de las modernas agencias de viajes recrear las condiciones y situaciones del trabajo.

Contenidos mínimos:

La materia se organiza en torno a la gestión y administración de una agencia de viajes en la era de la información. Para ello, se trabajará en la identificación de sus funciones y objetivos como empresa de servicio en el nuevo escenario impulsado por la tecnología y los cambios globales en la promoción, distribución y consumo turístico. Se trata de adquirir conocimiento teórico y habilidades prácticas que permitan la resolución de sus principales procesos que incluye la comercialización y el asesoramiento, la gestión integral de la reserva, aspectos administrativos y financieros como así también elementos básicos de gestión proactiva con los clientes, administración, estadísticas y gerenciamiento. Durante el curso se trabajará con distintas aplicaciones y sistemas informáticos privilegiando el sistema de gestión de la agencia (BackOffice)

Contenidos Temáticos o Unidades:

Unidad 1. El turismo en la era de la información

El mercado de los viajes y el turismo. Componentes clásicos de la cadena de producción, distribución y consumo. Funciones y objetivos de las agencias de viajes. Marketing estratégico y operativo. Agencia de viajes y canales de distribución. El impacto de las TIC en los viajes y en la estructura de la actividad: desintermediación del mercado y reintermediación de la cadena de distribución y gestión de la reserva.

Unidad 2. Clientes móviles y conectados

Características de los turistas y viajeros actuales. Segmentación y análisis de la demanda. Cambio de hábitos de consumo. Hacia la autonomía y autoabastecimiento de información. La dinámica del entorno tecnológico: nuevas formas de relación con el usuario. Internet y redes sociales. Las aplicaciones móviles.

Unidad 3. Gestión de la agencia de viajes

Modalidades de gestión. Organización de la empresa y equipamiento. Sistemas y aplicaciones. Procesos básicos de gestión de la reserva según tipo de agencias. Cotización de servicios y comunicación con los clientes. Gestión de tarifarios en operadores mayoristas. Documentos operativos y de tráfico. Marco regulatorio de la actividad.

Unidad 4. Comercialización de servicios turísticos

Modalidades de presencia en la web de prestadores y proveedores turísticos: Portales, Guías, Páginas. Buscadores y metabuscadores: comparadores de tarifas y Centrales de reserva; infomediarios: blog especializados y de reputación. Características de los principales servicios y productos que comercializa la agencia de viajes: programación de excursiones, espacios aéreos, alojamiento, rentadoras de automóviles, cruceros y asistencia al viajero.

Unidad 5. Administración y gerenciamiento

Gerenciamiento: informes de producción y reportes de clientes. Las estadísticas y su capacidad de prospección en los planes comerciales y marketing. Planeación y administración de las finanzas de la empresa. Fuentes de ingreso. Formas de pago, órdenes de pago y circuitos de autorización. El estado financiero: análisis de flujo de efectivo (Cash Flow). Presupuesto o pronósticos: La proyección de ventas y la estimación de gastos.

Bibliografía Obligatoria:

Unidad 1: El turismo en la era de la información

Barceló J. (2023) Nuevas tendencias tecnológicas aplicadas al ciclo de viaje. OBS Business School.

Unidad 2: Clientes móviles y conectados

Segittur (2021) El nuevo viajero. Así prepara su futuro el sector turístico. Minube, Red DTI. España

Unidad 3: Gestión de la agencia de viajes

AndaluciaLab (2012): Guía TIC para las agencias de viajes andaluzas. Análisis y Recomendaciones. Centro de Innovación Turística de Andalucía, España

Chan N (2005) “Diseño de circuito” en Circuitos Turísticos: Programación y Cotización. 3º Ed. Buenos Aires: Ediciones Turísticas.

Unidad 4: Comercialización de servicios turísticos

Alcázar Martínez, Benjamín (2002): Los canales de distribución en el sector turístico. ESIC Editorial. Madrid

Gomis, Joan y Borja, Luis (2006): “Modelos de innomediación en el marco de un nuevo paradigma de la intermediación turística”. Congreso “Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones” Turitec 2006. Málaga, España

Unidad 5: Administración y gerenciamiento

El presupuesto como expresión numérica del plan de marketing y control de gestión. En Informes de Excelencia en Marketing y Administración turística Año 1 N° 1 marzo de 1999. Buenos Aires, Argentina

González Cobreros, María Angeles (2002): Fundamentos teóricos y gestión práctica de las agencias de viajes. 2a ed. actualizada y ampliada. Síntesis Madrid.

Bibliografía de consulta:

Unidad 1: El turismo en la era de la información

Segittur (2023). “Informe 2022: nivel de la digitalización de las pequeñas empresas y microempresas turísticas en España”. Secretaría de Estado de Turismo, España. https://www.pymeturisticadigital.es/media/pdfs/Informe_completo.pdf

Unidad 2: Clientes móviles y conectados

Minube (2012): “La Revolución móvil” en Libro Blanco de los Viajes Sociales.

NH Hoteles (2013): “El viajero social en 2013. Un Análisis Global. Territorio Creativo

Unidad 3: Gestión de la agencia de viajes

Maskaric, J; Pedetti, M. (2018): “Tipologías de empresas de viajes y turismo” en Organización y gestión de empresas turísticas y hoteleras. 1º Ed. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Bédard F. (2002): “Las agencias de viajes en la era del comercio electrónico”. Escuela de Ciencias Administrativas. Universidad de Quebec en Montreal (Canadá).

Unidad 4: Comercialización de servicios turísticos

Chan N (2005) “Diseño de circuito” en Circuitos Turísticos: Programación y Cotización. 3º Ed. Buenos Aires: Ediciones Turísticas.

González Santamaría, P. (2005) ‘Las TIC y El Sector Turístico. Nuevos Procesos de Intermediación’. Temática: Las nuevas tecnologías aplicadas al sistema turístico.

Unidad 5: Administración y gerenciamiento

Rivero Torre, Pedro (1999): “Como administrar las finanzas en las agencias de viajes” en Informes de Excelencia en Marketing y Administración turística Año 1 N° 5 Julio de 1999. Buenos Aires, Argentina.

Evaluación:

La evaluación constará de las siguientes etapas:

1. Presentación de una serie de actividades prácticas relacionadas con los contenidos del curso. Estas responderán a las consignas entregadas por el/la docente del curso para su realización y que se actualizarán en cada periodo lectivo

El instructivo para su elaboración debe solicitarse a la Dirección de la Carrera con el tiempo necesario y antes de la fecha de examen final (marcada en Calendario Académico) a través de: admhotel@unq.edu.ar a efectos de que la/el estudiante tenga la posibilidad de elaborarlo con el debido tiempo.

Dicho trabajo será individual y se realizará sin la tutoría de la/os docentes a cargo del curso. Deberá entregar el trabajo en la Dirección de la carrera para su posterior evaluación 7 días antes de la fecha de inscripción a las mesas de examen, según el calendario académico vigente. Considerando que la mayor parte de la bibliografía obligatoria, complementaria y otros recursos didácticos son de carácter digital y están en el Campus de la UNQ se entregarán las pantallas de la edición en curso de la materia.

La/os docentes evaluarán la entrega dentro del plazo mencionado y si el trabajo es aprobado, habilitará al estudiante a inscribirse a la mesa de examen. En caso de no aprobar dicho trabajo, el/la estudiante no podrá presentarse en la mesa de examen pretendida, sino que, deberá rehacer el trabajo y volver a presentarlo bajo las mismas condiciones en el siguiente llamado a instancia de examen libre.

En cuanto a los criterios de evaluación se tendrá en cuenta:

- Integración de los conceptos teóricos de la bibliografía Obligatoria del curso
- Comprensión de los núcleos esenciales de los contenidos de la asignatura.
- Pertinencia de las respuestas a lo solicitado en las consignas.
- Originalidad de la propuesta: la detección de copia o plagio de las Actividades realizadas por otras/os alumnas/os, es motivo de anulación del examen.
- En caso de utilizar ChatGPT (o similar) en las respuestas y no citar adecuadamente según Normas APA, se considerará plagio y anulará el examen.
- Claridad en la exposición de sus respuestas.
- Coherencia en la argumentación.

- Estilo y formato del documento
- 2. Aprobada la primera etapa, se realizará una evaluación presencial al momento de constituirse la mesa según el calendario académico en dónde se realizará un ejercicio práctico utilizando de soporte Turismatica Anywhere como así también se realizarán preguntas referidas a los conceptos teóricos de la materia

El presente programa tendrá una validez de 4 (cuatro) años a partir de su aprobación, según artículo 7 de la Resolución (CS) N° 171/22.