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

Universidad
Nacional
de Quilmes

Kohen, Pablo Alejandro

Agencias de viaje



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:
Kohen, P. A. (2024). Agencias de Viaje. (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/20.500.11807/6736

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

Universidad
Nacional
de Quilmes

Roque Sáenz Peña 352 // Bernal
Buenos Aires // Argentina
t.: (+41 11) 4365 7100
f.: (+54 11) 4365 7101
info@unq.edu.ar

Departamento de Economía y Administración
Programa Regular – Cursos Presenciales

Carrera:	Licenciatura en Administración Hotelera – Plan 2014/15
Año:	2024
Curso:	Agencia de Viajes
Profesor:	Lic.Pablo Alejandro Kohen
Carga horaria semanal:	4 horas áulicas y 1 hora extra-áulica
Horas de consulta extra clase:	Miércoles de 16 a 18 hs
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 Businees 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 Nº 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 Nº 5 Julio de 1999. Buenos Aires, Argentina.

Modalidad de dictado:

Las clases se darán con el apoyo de PC en donde además de Internet y los programas básicos de escritorio se contará con acceso al Sistema de Gestión de Agencia de Viajes: Turismática Anywhere.

Para organizar de manera eficiente el dictado de la materia, los alumnos tendrán conocimiento en la primera semana el Cronograma de Clases con los temas, bibliografía obligatoria y optativa y las actividades que se realizarán en cada encuentro.

El curso contempla dos tipos de clases:

a) Teóricas en las cuales se abordarán los aspectos conceptuales de la gestión de una Agencia de viajes como así también el impacto de las nuevas tecnologías en la comercialización y/o distribución de los servicios turísticos.

b) Prácticas en las cuales se trabajará con distintas aplicaciones web, el sistema de gestión de agencia (TMA Anywhere)

En cuanto al trabajo en el aula se articulará la exposición y el debate en grupo, como así también la realización de Guías, Actividades y Ejercicios en donde se privilegiará el uso de entornos virtuales en la búsqueda de datos y estudios actualizados de los mercados internacionales.

Actividades extra-áulicas obligatorias:

Considerando el impacto de Internet, aplicaciones y redes sociales en la comercialización turística y la gestión de la reserva, durante el curso se realizaran una serie de actividades privilegiando el uso de entornos virtuales en la búsqueda de datos con el fin de realizar estudios actualizados del mercado nacional e internacionales.

Evaluación:

La evaluación del curso se ajusta al Régimen de Estudios vigente, conforme a la Res. (C.S.): 201/18 de la UNQ bajo las siguientes condiciones:

a) Una asistencia no inferior al 75 % de las clases presenciales previstas.

b) La obtención de un promedio mínimo de 7 puntos en las instancias parciales de evaluación y de un mínimo de 6 puntos en cada una de ellas ó

c) La obtención de un mínimo de 4 puntos en cada instancia parcial de evaluación y en el examen integrador, el que será obligatorio en todos los casos. Este examen se tomará dentro de los plazos del curso.

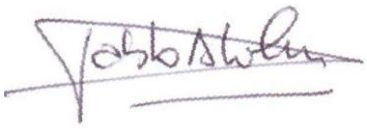
Los alumnos que obtuvieran un mínimo de 4 puntos en cada una de las instancias parciales de evaluación y no hubieran aprobado el examen integrador mencionado en el inciso b, deberán rendir un examen integrador que el docente administrará en un lapso que no superará el cierre de actas del siguiente cuatrimestre.

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

- Integración de los conceptos teóricos específicos y referencia a los autores abordados.
- Comprensión de los núcleos esenciales de los contenidos de la asignatura.
- Relación con los sistemas y sitios analizados durante la cursada
- Pertinencia de las respuestas a lo solicitado en las consignas.
- Claridad en la exposición de sus respuestas.
- Coherencia en la argumentación.
- Estilo y formato del documento

Cabe aclarar que los alumnos que reprobarán alguno de los exámenes parciales, tendrán una instancia de recuperatorio.

El presente programa tendrá una validez de 3 (tres) años a partir de su aprobación, según artículo 7 de la Resolución (CS) Nº 171/22.



Lic.Pablo A. Kohen
Firma y Aclaración