

➤ **CATEDRA:** Gestión de Agencias

➤ **DEPARTAMENTO**

TURISMO

➤ **CARRERA**

LICENCIATURA EN TURISMO

➤ **TURNO**

NOCHE-INTENSIVO

➤ **SEMESTRES**

Agosto- Noviembre de 2012

➤ **Asignaturas correlativas previas**

Consultar

➤ **Asignaturas correlativas posteriores**

-
-

➤ **PROFESOR TITULAR**

José Cahiza

➤ **OTROS DOCENTES** (Si los hubiere)

Adjunto: Cecilia Inés Vega

➤ **OBJETIVOS**

Generales:

- **Incorporar los conceptos básicos** de la gestión de agencias.
- Conocer la vinculación de empresas de turismo con sus proveedores como: líneas aéreas, organizaciones hoteleras, operadoras de mercado turístico, 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.
- Simular y ejercitar situaciones cotidianas de la vida profesional del agente de viajes.

Específicos:

- Organizar viajes y comprender el circuito de reservas de los servicios implicados.
- Afrontar situaciones problemáticas en la gestión de agencias y adquirir los conocimientos y desarrollar las habilidades para resolverlas.
- Asimilar e interpretar la normativa vigente.
- Calcular y cotizar tarifas aéreas de forma apropiada.
- Responder a supuestas consultas de clientes, cotizar tarifas y suplementos, explicar las condiciones y reservar excursiones.
- Comprender la función de la tecnología de la información: Sistemas globales de distribución y la internet.
- Conocer las características particulares de los destinos turísticos más importantes a nivel internacional.

➤ **CONTENIDOS**

UNIDAD 1: INTRODUCCION A LA AGENCIA DE VIAJES

Tema 1: Introducción a la Agencia de Viajes. **Evolución. Funciones.** Clasificación. Equipamiento. Actores intervinientes. Agencias de Viajes IATA. Agencia tradicional y Agencias virtuales. Sistema BSP.

Tema 2: Legislación: Ley de Agencias de Viajes 18829 – Ley Nacional de Turismo 25997 – Ley de Turismo Estudiantil 25599 – actualizaciones y resoluciones vigentes.

UNIDAD 2: PRODUCTOS DE LA AGENCIA DE VIAJES

Tema 1: Productos, programas, paquetes, **itinerarios**. Definición, conformación y características, clasificación de paquetes turísticos. Vocabulario técnico (pagina 31 Nélide Chan). Confección y ejemplificación. (trabajo practico en clase)

Tema 2: Cruceros: Enfoque general. Compañías y recorridos. (ver pago de CIA)

- Transporte Aéreo: Compañías Aéreas que operan hacia y desde Argentina. Alianzas (ONE WORD, SKY TEAM, STAR ALLIANCE). Programa de pasajeros frecuentes. Tipos de tarifas (publicas – netas o negociadas).
- Transporte Terrestre: Ferrocarril. Pases y tarifas. Trenes turísticos: La trochita, el tren de las nubes, etc.
- Automóvil: alquileres, condiciones, seguros y tarifas.
- Servicios individuales: Alojamiento. Sistemas de reservas online.
- Servicios auxiliares: excursiones, entradas a eventos artísticos y deportivos, traslados, guías, etc.
- Asistencia del viajero.
- Viajes todo incluido: tours, programas especiales. Tarifas y condiciones. Tours Operadores.

Tema 3: Documentación para viajar (Vouchers, e-vouchers).

UNIDAD 3: CLIENTE DE LA AGENCIA DE VIAJES .

Tema 1: Perfil del cliente hoy: motivaciones y factores de decisión de viaje. Clasificación de la demanda turística según Cooper. Valoración de los elementos de la oferta. (curso de ventas VF)

Tema 2: Mercado turístico emisor: Principales destinos elegidos por el turista argentino. Documentos de viaje y requisitos de ingreso al extranjero. Divisas.

Tema 3: Mercado turístico receptor: El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable.

Tema 2: Herramientas de MARKETING Y PUBLICIDAD. Canales de marketing y comunicación. Publicidad en base a la estacionalidad de la oferta.

UNIDAD 4: PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS

Tema 1: Destinos Turísticos Nacionales

a) Centro y Buenos Aires

b): Noroeste y Litoral

c) Cuyo y Patagonia

Tema 2: Destinos Turísticos Internacionales

a) Área 1: Sudamérica: Brasil y Perú. USA: La Florida – New York – Costa Oeste. México: México Clásico – Península de Yucatán – Riviera Maya. Caribe: Cuba.

b) Área 2: Europa: Grandes capitales. Europa del Este. Escandinavia. Medio Oriente: Egipto- Marruecos- Grecia y Turquía.

c) Área 3: Asia: el triángulo del sudeste asiático e islas. China y Japón. Oceanía: Australia, Nueva Zelanda y la Polinesia.

UNIDAD 5: PROCESO DE VENTAS

Tema 1: Gestión del Front Office. Asesoramiento - Cotización de servicios- Condiciones de contratación – Formas de pago - cierre de la venta – Ética profesional.

Tema 2: Gestión del Back office. Procesos operativos de compra: directa al operador receptor e indirecta a través de un mayorista. Operación de reservas emisiva y en la receptiva. Pago a proveedores. Emisión de documentación de viaje.

Tema 3: Post venta-Idealización del cliente- Gestión de reclamos.

➤ **ESTRATEGIAS METODOLOGICAS**

Desarrollo interactivo y participativo de los contenidos.

- Trabajos prácticos de investigación y recopilación.
- Simulaciones.
- Comparación
- Inducción
- Deducción.
- Clases prácticas en sala de informática.

➤ **RECURSOS DIDACTICOS**

Videos
Poder Pont
Uso de herramientas de Internet.

➤ **BIBLIOGRAFIA**

- **Bibliografía General**
 - **IATA, Manual de Emisión. Buenos Aires 2004.**
 - **Martin Rojo Inmaculada. “Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico.**
 - **Wall ingre, Noemí. “Transporte Carretero argentino”, Buenos Aires, 199. editorial CPC. 3era edición.**
 - Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable.
 - Ley: 25997, 18829, 25599 y resoluciones vinculadas.
- **Bibliografía Complementaria**

- Guías Turísticas de cada país o región, Lonely planet.
- Tarifarios confidenciales de los operadores de mercado.
- "Liderazgo". Robert Stater. Marzo de 2004. Ed. Mc. Graw Hill. Leader Summaries.

- Páginas Web:

www.amadeus.net
www.lonelyplanet.es
www.ryanair.com
www.easyjet.com
www.checkmytrip.com
www.avis.com
www.renfe.es
www.raileurope.com
www.budget-int.com
www.eurail.com
www.hoteldo.com

www.turismo.gov.ar

entre otras

➤ **REGULARIDAD**

- **Asistencia** (75% mínimo)

- **Trabajos Prácticos**

- **Formales** (con calificación explícita. Hasta cuatro (4) y con exigencia de aprobar el 100%).
- **Informales** (todos los que se estimen necesarios)

▪ **Evaluaciones Parciales**

- Con calificación explícita. Hasta dos (2) y un (1) recuperatorio.
- Los alumnos deben aprobar como mínimo dos (2) de las tres (3) instancias para mantener su regularidad y acceder al examen final o a la promoción directa.
- Excepcionalmente y con expresa autorización de la Dirección de Desarrollo Académico para los alumnos que no aprueben cada una de estas instancias, podrá haber un **recuperatorio global** que cada cátedra programará para la semana inmediata posterior a la finalización de clases.

➤ **EVALUACION Y PROMOCION**

▪ **Promoción Indirecta**

La materia se regularizara mediante el siguiente sistema:

- Trabajos Prácticos formales aprobados en su totalidad, presentados en tiempo y forma.
- Trabajo Final, presentado al final del cursado.
- Parciales aprobados
- Participación en los viajes de estudio obligatorios.

CRONOGRAMA

Unid	Día	Mes	Tema	Bibliografía
1	07 Ma	08	Tema 1: Introducción a la Agencia de Viajes. Evolución. Funciones. Clasificación. Equipamiento. Actores intervinientes. Agencias de Viajes IATA. Agencia tradicional y Agencias virtuales. Sistema BSP.	Apuntes de clase. Martin Rojo Inmaculada. "Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico." En clase: leer artículo Revista Inn de LAN. Un viaje por el tiempo. Agosto 2012. Resumir las causas que impulsaron

				<p>los primeros movimientos turísticos de masas. Nombrar los actores intervinientes directa e indirectamente.</p>
1	10 Vi	08	<p>Tema 2: Legislación: Ley de Agencias de Viajes 18829 – Ley Nacional de Turismo 25997 – Ley de Turismo Estudiantil 25599 – actualizaciones y resoluciones vigentes.</p>	Apuntes de clase y trabajo practico.
2	14 Ma	08	<p>Tema 1: Productos, programas, paquetes, itinerarios. Definición, conformación y características, clasificación de paquetes turísticos. Vocabulario técnico (pagina 31 Nélida Chan). Confección y ejemplificación. (trabajo practico en clase)</p>	
2	17 Vi	08	<p>Tema 2: Cruceros: Enfoque general. Compañías y recorridos. (ver pág. de CIA)</p>	Video Institucional Celebrity Cruises
2	21 Ma	08	<p>Transporte Terrestre: Ferrocarril. Pases y tarifas. Trenes turísticos: La trochita, el tren de las nubes, etc.</p> <p>Automóvil: alquileres, condiciones, seguros y tarifas.</p>	Apuntes de la materia Tarifarios de Trenes por Europa
2	24 Vi	08	<p>Servicios auxiliares: excursiones, entradas a eventos artísticos y deportivos, traslados, guías, etc.</p> <p>Asistencia del viajero.</p> <p>Viajes todo incluido: tours, programas especiales. Tarifas y condiciones. Tours Operadores.</p>	Apuntes de clase Tarifarios de Operadores

2	28 Ma	08	<p>Viajes todo incluido: tours, programas especiales. Tarifas y condiciones. Tours Operadores.</p> <p>Tema 3: Documentación para viajar (Vouchers, e-vouchers).</p>	
2	31 Vi	8	Clase práctica. Repaso de la unidad. Situaciones de simulación en clase.	Tarifarios de operadores y apuntes de clase.
3	04 Ma	9	Tema 1: Perfil del cliente hoy: motivaciones y factores de decisión de viaje. Clasificación de la demanda turística según Cooper. Valoración de los elementos de la oferta. (curso de ventas VF)	
3	7 Vi	09	<i>Tema 2: Mercado turístico emisor: Principales destinos elegidos por el turista argentino. Documentos de viaje y requisitos de ingreso al extranjero. Divisas.</i>	Power point en clases.
3	11 Ma	09	Tema 3: Mercado turístico receptor: El Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable.	Apuntes de clases
3	14 Vi	09	<i>Tema 4: Herramientas de MARKETING Y PUBLICIDAD. Canales de marketing y comunicación. Publicidad en base a la estacionalidad de la oferta.</i>	
4	18 Ma	09	<p><i>Tema 1: Destinos Turísticos Nacionales</i></p> <p><i>a) Centro y Buenos Aires</i></p> <p><i>b): Noroeste y Litoral</i></p> <p><i>c) Cuyo y Patagonia</i></p>	Guías turísticas.

	21 vi	09	Día del Estudiante	
4	25 Ma	09	Parcial 1	
4	28 Vi	09	México Clásico – Península de Yucatán – Riviera Maya. Caribe: Cuba.	
4	02 Ma	10	Usa: La Florida – New York – Costa Oeste	
4	05 Vi	10	Área 2: Europa: Grandes capitales. Europa del Este. Escandinavia.	
4	09 Ma	10	Medio Oriente: Egipto- Marruecos- Grecia y	
4	12 Vi	10	Área 3: Asia: el triángulo del sudeste asiático e islas. China y Japón. Oceanía: Australia, Nueva Zelanda y la Polinesia.	
5	16 Ma	10	Tema 1: Gestión del Front Office. Asesoramiento - Cotización de servicios- Condiciones de contratación – Formas de pago - cierre de la venta – Ética profesional.	
5	19 Vi	10	Clase práctica	

5	23 Ma	10	Tema 2: Gestión del Back office. Procesos operativos de compra: directa al operador receptivo e indirecta a través de un mayorista. Operación de reservas emisiva y en la receptiva. Pago a proveedores. Emisión de documentación de viaje.	
5	26 Ma	10	Clase Practica	
5	30 Ma	10	Tema 3: Post venta-Idealización del cliente- Gestión de reclamos.	
5	06 Ma	11	Parcial 2	
	09 Vi	11	Recuperatorio parcial 1 y 2	