

Dirección de
agencias de viajes
Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Dirección de agencias de viajes

Titulación: Grado en Turismo

Carácter: Optativa

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Isabel López Briones

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias generales

CG 2. Motivación por la calidad de los servicios prestados

CG 3. Compromiso ético con los clientes y las empresas

CG 4. Capacidad para la solución de problemas

CG 7. Desarrollo de trabajo en equipo

CG 10. Ejercicio de la actividad laboral en equipos interdisciplinares

Competencias específicas

CE 7. Gestionar los recursos financieros en cuanto al desarrollo y explotación de las empresas turísticas. Conocer las principales fuentes de financiación que permitan tomar decisiones en las inversiones de una actividad turística. Aplicar una adecuada metodología para la planificación y gestión financiera de una empresa del sector.

CE 8. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales. Conocer y aplicar los conceptos y las teorías del marketing turístico, plan comercial y todo lo relacionado con oferta, demanda, producto y precio.

CE 9. Conocer y manejar con soltura los conceptos relativos a la creación, dirección e innovación de la empresa turística así como sus distintos modelos. Ser capaz de planificar y organizar los diferentes departamentos de una empresa aplicando los principios básicos de la dirección estratégica empresarial.

CE 14. Gestionar el crecimiento turístico bajo los condicionantes del desarrollo sostenible. Conocer los principios básicos de la sostenibilidad. Relacionar estos conocimientos con la actividad turística diseñando estrategias de desarrollo turístico sostenible.

CE 16. Conocer el procedimiento operativo del ámbito de la intermediación turística comprender los procesos que intervienen así como la relación entre ellos y los usuarios.

1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante demostrará conocer las técnicas que la empresa turística requiere para posicionarse en un escenario internacional competitivo, complejo, multicultural y lleno de oportunidades como es el del sector y la empresa turística. Demostrará, así mismo, y por medio de la resolución de casos prácticos, trabajos de investigación y pruebas objetivas, conocer y

manejar las herramientas para el análisis, la contratación, distribución y los procesos que intervienen en los agentes implicados en las actividades turísticas a nivel local y global.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno en especial

2.2. Descripción de los contenidos

El objetivo de esta asignatura es que el alumno conozca las técnicas para la gestión de empresas de este sector empresarial. Así mismo se desarrollará una metodología en el aula que permita al estudiante implementar los conocimientos en la coordinación y supervisión de actividades relativas a las empresas de distribución turística con proyectos de creación e innovación en este mismo área.

2.3. Contenido detallado

Tema 1. La importancia de las agencias de viajes en el contexto empresarial.

Tema 2. Situación actual, perspectivas y planteamientos estratégicos.

Tema 3. Dirección comercial y marketing en las agencias de viajes.

Tema 4. Dirección administrativa en las agencias de viajes.

Tema 5. Dirección económico-financiera en las agencias de viajes.

Tema 6. La gestión de la calidad en las agencias de viajes.

Tema 7. Disposiciones legales: UE y España.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): Análisis de tendencias sobre las agencias de viajes en la actualidad.

Actividad Dirigida 2 (AD2): Análisis de campaña de marketing de agencia de viajes.

2.5. Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	% de PRESENCIALIDAD
Clases de taller teórico-prácticas	45	30
Tutorías	10	6.6
Estudio Individual	45	30
Trabajo de asignatura	50	33.3

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación, prácticas, proyectos o trabajo de asignatura	40%
Prueba parcial	10%
Examen final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final	70%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Albert Piñole, I. (2015). Gestión de viajes, servicios y productos turísticos. Madrid: Editorial Ramón Areces.
- Alcázar Martínez, B. (2002). Los canales de distribución en el sector turístico. Madrid: ESIC.
- Bayon Marine, F. (2004). Operaciones y procesos de producción en el sector turístico. Madrid: Síntesis, D.L.
- Blasco Peris, A. (2002). La empresa y el producto turístico. Madrid: Cívitas, 2002
- Fernandez Gomez, C. (1996). Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes. Madrid: Síntesis, DL 1996
- Gómez Calero, J. (1997). Régimen jurídico del contrato de viaje combinado. Madrid: Dykinson, 1997.

Bibliografía recomendada

- Adarve (2011). Los Derechos del viajero [Texto impreso]: cómo prevenir y actuar ante las incidencias de un viaje. Madrid: Fundación Confemetal, D.L.
- García Rubio, M.P. (1999). La responsabilidad contractual de las agencias de viaje. Madrid: Montecorvo, 1999.
- Gonzalez Cobreros, M.A. (1998). Fundamentos teóricos y gestión práctica de las agencias de viajes. Madrid: Síntesis, D.L. 1998.
- Horner, S. (2004). International cases in tourism management. Amsterdam: Elsevier: Butterworth Heinemann.
- Izaguirre Sotomayor, M. (2014). Gestión y marketing de servicios turísticos y hoteleros. Bogotá: Ecoe.
- Kotler, P. (2015). Marketing turístico [Recurso electrónico]. Madrid: Pearson Educación.
- Martín Rojo, I. (2020). Dirección y gestión de empresas del sector turístico. Madrid: Pirámide, 2020.
- Solé, L. y Gomis, J. M. (2009). El nuevo paradigma de la intermediación turística. Madrid: Pirámide.

Otros recursos

- IATA (2020). Manual IATA del agente de viajes. Disponible en: <https://www.iata.org/en/fmc-documents/a44a0f25-d1ad-4953-850f-175a6625b8f9/>
- Organización Mundial de Turismo www.unwto.org/index_s.php
- World Travel and Tourism Council www.wttc.org
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico www.oecd.org
- Comisión Europea – Eurostat www.ec.europa.eu/eurostat
- Asociación Internacional de Compañías Aéreas www.iata.org
- International Hotel and Restaurant Association <http://www.ih-ra.com/>
- HOTREC. Hospitality Europe. <http://www.hotrec.eu/>
- International Association of Scientific Experts in Tourism www.aiest.org
- European Travel Commission <http://www.etc-corporate.org/> Instituto Nacional de Estadística www.ine.es
- Instituto para la Calidad Turística Española www.ictc.es
- Asociación Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea www.aena.es
- Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos <http://www.cehat.com/>
- Asociación Española de Directores de Hotel <http://www.aedh.es>
- Unión Empresarial de Agencias de Viajes <http://www.unav.ws>
- Asociación Empresarial Hotelera de Madrid <http://www.aehm.es/>

Revista Nexotur <http://www.nexotur.com/>
Revista Hosteltur <http://www.hosteltur.com/>
Revista de Estudios Turísticos