



FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE
DE MADRID

GRADO EN TURISMO

Asignatura	Gestión de turoperadores y agencias de viajes.	Código	800021
Módulo	Actividades Turísticas	Materia	Actividades Turísticas
Carácter	Básica	Créditos	6.0
Curso	3º	Semestre	1º

Departamento Responsable	Organización de Empresas y Marketing
Coordinador/a	Ver listado de Coordinadores/as https://comercioyturismo.ucm.es/coordinadores-de-las-asignaturas

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR <i>(debe trasladarse la información que corresponde a la asignatura dentro del apartado de la memoria "contenidos")</i>
El temario desarrolla de una manera pormenorizada todos y cada uno de los elementos que resultan se esenciales para el normal funcionamiento de una Agencia de Viajes y/o Touroperador, desde su origen, pasando por sus requisitos de apertura, así como todos aquellos procedimientos y procesos de trabajo necesarios para sacar adelante esta tipología de negocio basado en la intermediación, organización y venta de servicios turísticos.

CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS <i>(opcional)</i>		
OBJETIVOS FORMATIVOS		
RESULTADOS DE APRENDIZAJE <i>(debe trasladarse lo que aparece en la memoria verificada)</i>		
- Conocer el origen y requisitos necesarios para la puesta en marcha de una Agencia de Viajes y/o un Touroperador. - Conceptualizar la gestión front / back office en el sector de la intermediación turística. - Desarrollar análisis sobre los procesos de gestión y servicios que se prestan en las Agencias de Viajes. - Aplicar técnicas de Ventas en busca de la Excelencia en la Atención al Cliente. - Iniciación al GDS líder del sector de la intermediación turística.		
COMPETENCIAS <i>(debe trasladarse el nombre de la competencia y la descripción que aparecen en la memoria verificada)</i>		
Generales CG2: Comunicación oral y escrita en lengua nativa. CG3: Resolución de problemas. CG6: Trabajo en equipo.		
Específicas: CE2: Analizar la dimensión económica del turismo. Comprender la dimensión macroeconómica y microeconómica del turismo, así como a los agentes económicos para su identificación y adecuada valoración. CE5: Aplicar metodología de investigación para resolver los problemas empíricos que se plantean en el ámbito del turismo. CE6: Desarrollar una marcada orientación de servicio al cliente. Conocer y atender las necesidades y expectativas del consumidor de productos y servicios turísticos para conseguir la excelencia en las relaciones comerciales. CE7: Reconocer los principales agentes turísticos. CE8: Evaluar los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación. CE11: Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales. CE13: Manejar técnicas de comunicación. CE24: Trabajar en medios socioculturales diferentes.		
CONTENIDOS TEMÁTICOS (Programa de la asignatura)		
1.- LAS AGENCIAS DE VIAJES: CONCEPTO, FUNCIONES Y CARACTERIZACIÓN. 2.- PRODUCTO TURÍSTICO 3.- TOUROPERADORES 4.- RELACIONES DE INTERMEDIACIÓN CON PROVEEDORES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES 5.- LA EXCELENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS AGENCIAS DE VIAJES 6.- FUENTES DE INFORMACIÓN 7.- DESARROLLO DE LAS TIC EN FAVOR DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y LOS TOUROPERADORES 8.- DOCUMENTACIÓN 9.- PRICING 10.- TENDENCIAS DEL SECTOR DE LAS AGENCIAS DE VIAJES		
ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	45	100
Trabajo guiado	27,5	55
Trabajo autónomo del/la alumno/a	40	0
Trabajo grupal del/la alumno/a	25	0
Otras actividades	12,5	

EVALUACIÓN	
SISTEMA DE EVALUACIÓN	
Pruebas orales y/o escritas	50%
Trabajo e informes	40%
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	10%

RECURSOS

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
- Albert, I. (1999): Gestión, Productos y Servicios de las Agencias de Viajes, Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid. - González, M^a. A. (2002): Fundamentos Teóricos y Prácticos de las Agencias de Viajes, Ed. Síntesis, Madrid. - González González, Y. (2013) Dirección de entidades de intermediación turística, Síntesis. - Fernández Villarán Ara, A. (2019) Distribución turística, Síntesis.
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
Decreto 99/1996, de 27 de junio, por el que se regula el ejercicio de actividades propias de las Agencias de Viajes de la Comunidad de Madrid. (BOCM de 12 de julio de 1996). - Dorado, J. A. (2004): Manual de Recepción y Atención al cliente, Ed. Síntesis, Madrid. - Fernández, C., Blanco, A. (1996): Producción y Venta de productos turísticos, Ed. Síntesis, Madrid. - REGLAMENTO (CE) No 80/2009 DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 14 de enero de 2009 por el que se establece un código de conducta para los sistemas informatizados de reserva y por el que se deroga el Reglamento (CEE) no 2299/89 del Consejo.

Idioma en que se imparte				
Castellano				
Otra información				
Directrices de la asignatura en base al Marco Estratégico para la Docencia durante el curso 2020/21 El sistema de docencia para el curso 2020-2021 se ha establecido para cumplir las pautas del marco estratégico aprobado por la Facultad de Comercio y Turismo el 22 de julio de 2020, garantizando que la docencia pueda hacerse en sistema semipresencial por medio del sistema de docencia presencial adaptada a las normas de distanciamiento, difundida por streaming u online, adaptándose a las necesidades, potenciando la evaluación continuada de los progresos del alumno al ir alcanzando los objetivos y las competencias asignadas, según las capacidades de las aulas y el número de alumnos matriculados, combinando clases on line, con clases semipresenciales en días y semanas alternas, durante las semanas que dure el cuatrimestre. https://comercioyturismo.ucm.es/file/marco-facultad-de-comercio-y-turismo-60				
Cronograma de la Asignatura Ejemplo de las cuatro primeras semanas				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Día 1*	G1 presencial G2 streaming	<i>online</i>	G1 streaming G2 presencial	G1 presencial
Día 2*	G1 presencial G2 streaming	<i>online</i>	G1 streaming G2 presencial	G2 presencial
La asignatura tiene dos días de docencia a la semana: Día 1*: Primer día de clase de una semana concreta. Día 2*: Segundo día de clase de una semana concreta. El desdoble de los grupos para las semanas con docencia presencial/streaming será el siguiente: - G1: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la A y la M*. - G2: Subgrupo de estudiantes cuya letra de su primer apellido esté comprendida entre la N y la Z*. *Si esta distribución por letras de primer apellido no arroja grupos equilibrados, se utilizará otra distribución con otras letras para garantizar la igualdad de tamaño entre los subgrupos. La distribución por apellido que finalmente se utilice, así como el cronograma completo de la asignatura estará publicado en la asignatura virtualizada en el Campus Virtual. Duración de las clases: ➤ Las clases presenciales tendrán una duración de 2 horas con 20 minutos de descanso incluidos. ➤ Las clases <i>online</i> tendrán una duración de 1 hora con 10 minutos de descanso incluidos.				