

## DOBLE GRADO EN TURISMO Y COMERCIO

<b>Asignatura</b>	Gestión de Touroperadores y Agencias de Viajes	<b>Código</b>	
<b>Módulo</b>		<b>Materia</b>	
<b>Carácter</b>	OBLIGATORIO	<b>Créditos</b>	6 ECTS
<b>Plan de estudios</b>	DT12 – Doble Grado en Turismo-Comercio (2016-17)	<b>Curso y Semestre</b>	3º curso / 1º cuatri

<b>Departamento responsable</b>	Organización de Empresas y Marketing
<b>Coordinador/a de la asignatura</b>	Ignacio Ruiz Guerra
<b>Curso académico</b>	2021/2022

### SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR
<p>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.</p>
CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS
Ninguno
OBJETIVOS FORMATIVOS
Resultados de aprendizaje
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer el origen y requisitos necesarios para la puesta en marcha de una Agencia de Viajes y/o un Touroperador.</li> <li>- Conceptualizar la gestión front / back office en el sector de la intermediación turística.</li> <li>- Desarrollar análisis sobre los procesos de gestión y servicios que se prestan en las Agencias de Viajes.</li> <li>- Aplicar técnicas de Ventas en busca de la Excelencia en la Atención al Cliente.</li> <li>- Iniciación al GDS líder del sector de la intermediación turística.</li> </ul>
Competencias
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)

ACTIVIDADES DOCENTES	HORAS	PRESENCIALIDAD
Asistencia y participación activa en clase	24	100%
Trabajo guiado	18	55 %
Trabajo autónomo del/la alumno/a	6	0%
Trabajo grupal del/la alumno/a	12	10%

### EVALUACIÓN

Sistema de evaluación	Participación en la nota final
Pruebas orales y/o escritas	50%
Presentación en clase	20%
Trabajos en equipo y/o individuales e informes	20%
Participación y actitud del/la alumno/a en clase a lo largo del semestre	10%

#### Observaciones sobre la evaluación:

Notas aclaratorias sobre evaluación ordinaria y extraordinaria:

- Los estudiantes pueden presentarse a dos convocatorias al año con opción de superar la asignatura.
- La parte práctica es válida para ser evaluada tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria.
- Para hacer media en la nota es necesario aprobar el examen, al menos, con 5 puntos (cinco puntos), una vez aprobado el examen se hará media con las prácticas, trabajos en equipo e individuales y presentaciones orales.

## RECURSOS

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Albert, I. (1999): Gestión, Productos y Servicios de las Agencias de Viajes, Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- 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.
- González, M<sup>a</sup>. A. (2002): Fundamentos Teóricos y Prácticos de las Agencias de Viajes, Ed. Síntesis, Madrid.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- 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.

## INFORMACIÓN ADICIONAL

### ADAPTACIÓN DE LA DOCENCIA DURANTE LA CRISIS SANITARIA PROVOCADA POR COVID-19

#### Plan Docente de Actuación de la Facultad de Comercio y Turismo para el curso 2021-2022

Ante la situación de crisis sanitaria provocada por COVID-19, el desarrollo de la asignatura se adaptará al modelo de organización de la docencia según diferentes escenarios (docencia presencial, semipresencial o en línea) y actuaciones que se concreten conforme a las directrices marcadas desde el Gobierno, la Comunidad Autónoma de Madrid, la Universidad Complutense de Madrid y la Facultad de Comercio y Turismo.

Información sobre el Plan Docente de Actuación para el curso 2021/2022: <https://comercioyturismo.ucm.es/marco-estrategico-para-la-docencia-tesis-covid-19>

### IDIOMA EN QUE SE IMPARTE

Castellano

### OTRA INFORMACIÓN