

# INSTITUTO DE DESARROLLO ECONÓMICO E INNOVACIÓN

Año: 2023



Universidad Nacional de Tierra del Fuego,  
Antártida e Islas del Atlántico Sur.

**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:**  
Servicios Turísticos. Agencias de Viajes (T14)

**CÓDIGO:** T14  
**AÑO DE UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS:**  
3 año  
**FECHA ULTIMA REVISIÓN DE LA ASIGNATURA:**  
2019-10-11  
**CARRERA/S:** Tecnicatura en Turismo V4,  
Licenciatura en Turismo V5,

**CARÁCTER:** ANUAL  
**TIPO:** OBLIGATORIA  
**NIVEL:** GRADO  
**MODALIDAD DEL DICTADO:** PRESENCIAL  
**MODALIDAD PROMOCION DIRECTA:** NO  
**CARGA HORARIA SEMANAL:** 3 HS  
**CARGA HORARIA TOTAL:** 90 HS

## EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellido	Cargo	e-mail
Maria Josefina Martinelli	Adjunto	mjmartinelli@untdf.edu.ar
Maria Cristina Sena	Jefe de Trabajos Prácticos	mcsena@untdf.edu.ar

## 1. FUNDAMENTACION

Las agencias de viajes poseen un papel fundamental en el proceso de distribución turística, ya que manejan flujos constantes de pasajeros a nivel nacional e internacional.

En un mercado turístico en constante evolución, donde las nuevas tecnologías, los cambios económicos y las necesidades de los turistas están transformando el escenario, las agencias de viajes deben adaptarse replanteando sus estrategias para permanecer competitivas.

Es por esto que la formación académica para lograr profesionales idóneos que puedan enfrentar este desafío resulta fundamental. El recurso humano es el recurso más importante que tienen las empresas del sector.

Esta asignatura se ubica en el tercer año de la tecnicatura y oficia de ámbito integrador de los conocimientos adquiridos en las otras asignaturas del eje cursadas en el primer y segundo año de la Carrera (Introducción al Turismo, Transporte y Alojamiento). Preparará al técnico para organizar y administrar la actividad turística en diferentes ámbitos; participar en la elaboración e implementación de programas turísticos y participar en estudios de investigación en el área turística.

El programa se ha elaborado en función de los contenidos mínimos expresados en el Plan de Estudios vigente.

## 2. OBJETIVOS

### a) OBJETIVOS GENERALES

Desarrollar competencias específicas para el desempeño profesional dentro de las empresas comercializadoras de servicios turísticos, dentro de un marco ético y legal.

## **b) OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Comprender la importancia del rol del agente de viajes en la actividad turística actual.
- Adquirir herramientas técnicas necesarias para el desempeño profesional que permitan la aplicación de procedimientos operativos.
- Valorar la importancia del ejercicio de la actividad turística dentro del marco de las normas vigentes y de la búsqueda de la calidad del servicio.

## **3. CONDICIONES DE REGULARIDAD Y APROBACION DE LA ASIGNATURA**

Las instancias de evaluación serán las siguientes:

Pruebas parciales: serán 2 (dos) las cuales se realizarán en clase, en forma individual y escrita.

Trabajos Prácticos: se realizarán en clase en forma individual o grupal y presencial.

Los trabajos que no sean entregados en fecha serán considerados desaprobados, pasando a la instancia recuperatoria correspondiente.

### **ACREDITACION DE LA ASIGNATURA**

Alumnos Regulares: Condiciones para su acreditación:

Tener las asignaturas correlativas aprobadas antes de la finalización de la cursada (Introducción al Turismo, Servicios Turísticos: Alojamiento y Servicios Turísticos: Transporte).

Aprobación del 70% de los trabajos prácticos. Cada uno tendrá su instancia recuperatoria.

Aprobación del 100% de los parciales, cada uno con un mínimo de 4 puntos. Cada parcial tendrá su recuperatorio.

Acreditar el 70 % de asistencia a toda la cursada.

Examen Final Regular:

Será oral y el rendimiento del alumno será calificado con números enteros, dentro de la escala del uno (1) al diez (10). Para la aprobación deber obtener un nota no inferior a 4 (cuatro).

Alumnos Libres: Condiciones para acceder al examen libre:

El alumno deberá solicitar una entrevista previa al equipo cátedra y elaborar un trabajo integrador de los contenidos de la asignatura. El mismo deberá ser entregado 15 días antes de la fecha prevista para el examen.

El examen libre tendrá 2 instancias, una oral y otra escrita. La nota final será el promedio de las 2 evaluaciones.

## **4. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA**

### **UNIDAD 1. LAS AGENCIAS DE VIAJES**

Concepto de Agencia de Viajes. La evolución de las agencias de viajes: del producto a la experiencia. Clasificación y Funciones de las agencias de viajes. Marco regulatorio de la actividad. Camino crítico para la habilitación de una agencia de viajes. Importancia del Representante Técnico: funciones y responsabilidades. Código de Ética Mundial para el Turismo. Ética profesional. Relación de las agencias de viajes con su entorno.

### **UNIDAD 2. LA ORGANIZACIÓN INTERNA**

La agencia de viajes como organización. Estructura interna. Áreas básicas de gestión. Área

técnica: Actividades principales. Área comercial. Marketing Turístico. Marketing Mix y sus elementos. Área de finanzas y administración. La gestión de la información en la agencia de viajes. Responsabilidad Social Empresarial.

### UNIDAD 3. EL MERCADO TURÍSTICO DE LAS AAVV

Oferta turística. Factores y componentes. La oferta turística local. Los destinos turísticos: clásicos, emergentes, de sol y playa, exóticos y de moda. El turismo temático.

Demanda turística. Tipos de demanda. Demanda local. Segmentación de la demanda. Principales países y regiones emisoras del mundo. Nuevas tendencias sociológicas de los consumidores: comportamiento, necesidades y motivaciones.

### UNIDAD 4. FUNCIÓN ASESORA

El rol del agente de viajes. Características generales de la profesión del agente de viajes. Perfil del agente de Viajes. El asesoramiento como función genuina de la Agencia de Viajes

### UNIDAD 5. FUNCIÓN INTERMEDIADORA

Servicios turísticos. Servucción. La oferta e intermediación en la venta del transporte aéreo. La oferta e intermediación en el transporte marítimo. La oferta e intermediación en el transporte carretero. La oferta e intermediación en la venta de alojamiento turístico y servicios de restauración. La oferta e intermediación en la venta de viajes combinados. La oferta e intermediación en la venta de otros servicios.

### UNIDAD 6. FUNCIÓN PRODUCTORA

El paquete o producto turístico. Definición. Clasificación. Elementos y características. Principales productos turísticos. Generación de ideas, diseño y construcción del producto viaje. El producto turístico a la demanda. Cotización de un producto turístico. Precios.

### UNIDAD 7. NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA PROMOCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS.

La revolución tecnológica. Las TIC y su importancia para el turismo. Turismo 4.0. Empresas Startup. La automatización. Chatbots, Internet de las cosas. Big Data. La importancia de las redes sociales. Promoción y distribución de productos turísticos en un entorno multicanal.

## 5. RECURSOS NECESARIOS

- Proyector
- Parlantes

## 6. PROGRAMACIÓN SEMANAL

Semana	Unidad / Módulo	Descripción	Bibliografía
1	UNIDAD 1	Presentación de la asignatura. Definición de Av	14-16-17-18-19-20-21
2	UNIDAD 1	Clasificación de las AAVV	14-16-17-18-19-20-21
3	UNIDAD 1	Normativa que regula la actividad	14-16-17-18-19-20-21
4	UNIDAD 1	Camino crítico para la habilitación de una AV	14-16-17-18-19-20-21
5	UNIDAD 1	El representante técnico y la Ética en la profesión	14-16-17-18-19-20-21
6	UNIDAD 1	Las AAVV y su entorno	14-16-17-18-19-20-21
7	UNIDAD 2	Organización interna de una AAVV	3-4-6-9-16

8	UNIDAD 2	Organización interna de una AAVV	3-4-6-9-16
9	UNIDAD 2	Organización interna de una AAVV	3-4-6-9-16
10	UNIDAD 3	Oferta turística	1-10-11-12-15
11	UNIDAD 3	Destinos Turísticos	1-10-11-12-15
12	UNIDAD 3	Demanda turística	1-10-11-12-15
13	UNIDAD 3	Nuevas tendencias sociológicas de los consumidores: comportamiento, necesidades y motivaciones.	1-10-11-12-15
14	UNIDAD 4	Función asesora. Características y perfil del agente de viajes	16-17
15	UNIDAD 4	El Rol asesor del agente de viajes	16-17
16	Parcial 1	Parcial 1	
17	UNIDAD 5	Función mediadora	2-11-13-17-16
18	UNIDAD 5	Función mediadora	2-11-13-17-16
19	UNIDAD 6	El Paquete turístico. Conceptualización, Elementos que lo componen	2-5-8-12-17
20	UNIDAD 6	Generación de ideas. Pasos para el diseño y construcción de un paquete turístico	2-5-8-12-17
21	UNIDAD 6	Generación de ideas. Pasos para el diseño y construcción de un paquete turístico	2-5-8-12-17
22	UNIDAD 7	Cotización de un paquete turístico. Costos, Mark-up	2-5-8-12-17
23	UNIDAD 7	Cotización de un paquete turístico. Costos, Mark-up	2-5-8-12-17
24	UNIDAD 7	La revolución tecnológica. Las TIC y su importancia para el turismo	papers y trabajos de investigación
25	UNIDAD 7	Promoción y distribución de productos turísticos en un entorno multicanal	papers y trabajos de investigación
26	Parcial 2	Parcial 2	
27	1-2-3-4-5-6-7	PRESENTACION TRABAJO INTEGRADOR	
28	1-2-3-4-5-6-7	PRESENTACION TRABAJO INTEGRADOR	
29	1,2,3,4,5,6,7	INTEGRACION	
30	1,2,3,4,5,6,7	INTEGRACION	
31	1,2,3,4,5,6,7	CIERRE DE LA ASIGNATURA	

## 7. BIBLIOGRAFIA DE LA ASIGNATURA

1. MARTOS MARTINEZ, Laura M. 2015. Marketing en el sector turístico. Madrid. Ed. Síntesis.
2. AMEIGEIRAS, Celia. 2014. Comercialización y venta de servicios turísticos. Madrid. Ed. Síntesis.

3. SAUCEDO, R. 2013. Organización y gestión de empresas turísticas y hoteleras. Buenos Aires. Univ. Nac. De Quilmes
4. Min. de Turismo de la Nación. 2013. Calidad Turística. Buenos Aires. MINTUR
5. RUANO PAVON, C. y SANCHEZ CASIMIROSORIGER, M. J. 2012. Diseño de Productos y servicios locales. Madrid. IC Editorial.
6. MARTINEZ, Adriana Norma y ROSENFELD, Adriana. 2011. Normas de Calidad, responsabilidad social y turismo. Hacia un turismo sustentable. Buenos Aires. Ladevi Ediciones
7. CRISTALE, Marcelo y FERRARI, Fernando. 2010. Técnicas de Ventas para Agencias de Viajes. Buenos Aires. Fundación Proturismo
8. RABAT, F y VILLACAMPA, O. 2010. Diseño de productos turísticos y comercialización en turismo ecuestre. España. Consorci de Tourisme de les Valls de Montcau
9. RAMIREZ CAVASSA, César. 2010. Administración de Empresas Turísticas. Mexico Ed. Trillas
10. MACHADO CHAVIANO, Esther L. y HERNANDEZ ARO, Yanet. 2007. La Aplicación del Marketing en la Industria Turística. Cuba. Universidad Central Marta Abreu de las Villas. Sta. Clara
11. IGLESIAS TOVAR, J. Ramón; TALÓN, Pilar; GARCIA VIANA, Ricardo. 2007. Comercialización de productos y servicios turísticos. Madrid. Ed. Síntesis
12. CRESPI VALLBONA, Montserrat; PIANELLS COSTA, Margarita. 2006. Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales. Madrid. Ed. Sintesis
13. BLASCO, A. Turismo y Transporte. 2001. Madrid. Ed. Síntesis
14. WEINGARTEN, Celia y GHERSI, Carlos A. 2000. Contrato de Turismo. Derechos y obligaciones de la empresa de turismo Buenos Aires. Abeledo-Perrot
15. ALTES MACHIN, Carmen. 1995. Marketing y Turismo. Introducción al marketing de empresas y destinos turísticos. Madrid. Ed. Síntesis.
16. ALBERT PIÑOLE, Isabel. 1993 . Gestión y Técnicas de Agencias de Viajes. Madrid. Ed. Sintesis.
17. ACERENZA, M. A. 1990. Agencias de Viajes: Organización y Operación. Mexico. Ed. Trillas.
18. Min. de Turismo de la Nación. Ley Nacional N° 18829 – Agentes de Viajes.
19. Min. de Turismo de la Nación. Decreto Reglamentarios N° 2182/75
20. Min. de Turismo de la Nación. Resoluciones SECTUR N° 763/92 y 752/94
21. Prov. T. del Fuego. Ley Provincial N° 65 –Actividades Turísticas. Decreto Reglamentario N° 2621.

-----  
Firma del docente-investigador responsable

<b>VISADO</b>		
<b>COORDINADOR DE LA CARRERA</b>	<b>DIRECTOR DEL INSTITUTO</b>	<b>SECRETARIO ACADEMICO UNTDF</b>
Fecha :	Fecha :	

**Este programa de estudio tiene una validez de hasta tres años o hasta que otro programa lo reemplace en ese periodo**