

Universidad Nacional de Quilmes
Departamento de Ciencias Sociales
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA

Asignatura : **Agencia de Viajes**
Ubicación : Ciclo Superior de la Licenciatura en Administración Hotelera
Núcleo al que pertenece: **Cursos Electivos**
Profesor : Lic. Pablo A. Kohen
Carga Horaria : 4 HORAS SEMANALES. 2 hs semanales Práctica
2 hs semanales Teóricas
Créditos : **8 (ocho)**
AÑO. 2007

Objetivos

- El objetivo de la materia es recrear las condiciones y situaciones del trabajo en una Agencia de Viajes y Turismo generando un espacio de formación teórico y práctica.
- Adquirir las habilidades y conocimientos básicos que permitan la utilización de tecnologías de información y comunicación en la gestión de la agencia de viajes.

Metodología

El curso estará organizado en dos tipos de clases:

a) Teóricas

Las clases teóricas se brindarán por intermedio de la web de la Fundación Turismo & Tecnología (www.fundaciontt.org) y abordarán los aspectos conceptuales de la gestión de una Agencia de viajes como así también el impacto de las nuevas tecnologías de información y comunicación en la actividad. Se privilegiará el uso del entorno virtual en la búsqueda de datos y estudios actualizados de los mercados internacionales como así también la participación en foros y debates.

b) Prácticas

Las clases prácticas que serán dadas en las aulas de informática y estarán estructuradas en los siguientes ejes:

- Unidad Prácticas: se abordarán operativamente los aspectos relacionados con la información y la comunicación de la agencia de viajes como así también aspectos relacionados con la gestión de la empresa haciendo uso de herramientas y recursos informáticos
- Práctica de gestión: de acuerdo al avance de los conceptos teóricos se trabajará con el sistema de gestión integral de agencia de viajes (BackOffice) Turismática Retail
- Ejercicios prácticos grupales

Estos ejes se irán articulando de manera dinámica durante la cursada con el propósito de operacionalizar los conceptos teóricos con nuevas habilidades orientándonos en el modelo de funcionamiento de una agencia de viajes. Desde el comienzo se reproducirán las condiciones de trabajo y se trabajará con datos y situaciones actualizadas en los ejercicios que los alumnos deberán resolver en grupo durante la clase.

Programa

I) Contenidos Teóricos

1. La Agencia de Viajes como empresa de servicios



El mercado de los viajes y el turismo: estructura, funcionamiento. Componentes de la cadena de producción, distribución y consumo. Concepto demanda: localización del consumidor y vendedor de servicios. Concepto de oferta: proveedores de servicios y uso final del producto. Las empresas turísticas según el proceso comercial. La agencia de viajes y turismo: funcionalidad y centralidad en la comercialización. Los sistemas de distribución global y las centrales de reservas. Las nuevas tecnologías de información y comunicación: impacto en la estructura del mercado y en la cadena de valor. La redefinición de la intermediación en el turismo.

Bibliografía Obligatoria

- Kohen Pablo A.: "Tecnología y Gestión de Agencia de Viajes. Ed. Macchi. Buenos Aires, 2005. Cap.1: Organización y Gestión de Empresas Turísticas

Bibliografía Optativa

- Foster Denis: Agencia de Viajes: Administración y Operación. Ed McGraw-Hill. Serie Turismo. México 1993. Cap 3: Aspectos básicos del negocio de los viajes
- Tamayo, Braulio: Las agencias de viajes frente a las nuevas tecnologías de distribución turística. Fundación COTEC para la Innovación Tecnológica. España (1997)

2. Regulación de las agencias de viajes

Legislación y reglamentación vigente sobre agencias de viajes. Leyes del turismo: ley N° 25.997/04, Decreto N° 2182, ley N° 22.545. Convención internacional relativa al contrato de viaje: ley N° 19.918. Código ético mundial para el turismo. Protección al consumidor: exhibición y publicidad de precios. Datos estadísticos: distribución geográfica de las agencias, perfil del mercado local de las agencias de viajes. Relevamientos según producto, facturación y empleo.

Bibliografía Obligatoria

- Disposiciones legales vigentes que rigen las actividades turísticas
- Ley Nacional de Turismo 25.997/04

Bibliografía Optativa

- Secretaria de Turismo y Deporte de la Nación (www.turismo.gov.ar)
- Asociación de Agentes de Viajes de Buenos Aires (www.aviabue.org.ar)
- Foster Denis: Agencia de Viajes: Administración y Operación. Ed McGraw-Hill. Serie Turismo. México 1993. Cap 1: La agencia de Viajes: regulaciones y relaciones

3. La gestión de la agencia de viaje

Equipamiento de las Agencia de Viajes. Modos de operación: promoción, contactos con el cliente, información y consultas, reservas. Aplicaciones de Front Office: comunicación, información y reserva. Internet: sus aplicaciones en la Agencia de Viajes. Centrales de reservas. Aplicaciones de Back Office: sistemas de gestión de empresas. Prácticas de gestión. Integración de las funciones y procesos empresariales.

Bibliografía Obligatoria

- Kohen Pablo A.: "Tecnología y Gestión de Agencia de Viajes. Ed. Macchi. Buenos Aires, 2005. Cap.2: Funciones y Objetivos de la Agencia de Viajes
- "Investigación sobre el uso de Internet en el sector Agencia de Viajes en España 2002". Cett Consultors-ECE. España (2002)

Bibliografía Optativa

- Foster Denis: Agencia de Viajes: Administración y Operación. Ed McGraw-Hill. Serie Turismo. México 1993. Cap 2: El agente de viajes: su designación, sus funciones y recursos

4. Atención y servicios cliente

El escenario. La Calidad de Servicio. La cultura de servicio. Control de Calidad. ¿Qué es calidad de servicio?. La calidad en las agencias de viajes. La satisfacción del cliente

por medio de la calidad. La Tecnología en la calidad de servicios. Consideraciones sobre el servicio de postventa. Clientes corporativos, personales, opcionales y pasajeros. Operaciones básicas: búsqueda de clientes. Ingreso y modificación de clientes. Registro de pasajeros asociados a un cliente. Cuenta corrientes y formas de pago. Marketing.

Bibliografía Obligatoria

- Kohen Pablo A.: "Tecnología y Gestión de Agencia de Viajes. Ed.Macchi. Buenos Aires, 2005. Cap.4: Atención y Servicios al Cliente

5. La comercialización y reservas de servicios

La venta de espacios aéreos. itinerarios, vuelos de cabotaje e internacionales. Tarifas aéreas: clase de servicios, tarifa base, código de tarifas y reglas de las tarifas. Los hoteles y alojamientos: categoría y tarifas de habitaciones, código de las tarifas de habitaciones y planes de alimentos. Venta de línea de productos auxiliares. Arrendamiento de automóviles: tipos de automóviles, tarifas de renta y reservaciones. Excursiones: categorías, paquetes y reservas. Viajes en cruceros: categorías y reservas. Asistencia al viajero.

Bibliografía Obligatoria

- Kohen Pablo A.: "Tecnología y Gestión de Agencia de Viajes. Ed.Macchi. Buenos Aires, 2005. Cap.3: La comercialización de los Servicios de viajes y turismo

Bibliografía Optativa

- Foster Denis: Agencia de Viajes: Administración y Operación. Ed McGraw-Hill. Serie Turismo. México 1993. Cap 4: Las reservaciones y registro.
- "Informe sobre los efectos de Internet en el sector de agencias de viajes" en Perfiles profesionales en tecnología de la Información en el sector de agencias de viajes. Secretaría General de Turismo. España

6. Las reservaciones y los registros de la Agencia de Viajes

Itinerarios: hojas de reservación. Codificación internacional de ciudades y aeropuertos. Segmentos terrestres y aéreos. Depósito o Garantía. Medios de pago y procedimientos de seguimiento. Documentos de tráfico: los vouchers.

Bibliografía Obligatoria

- Kohen Pablo A.: "Tecnología y Gestión de Agencia de Viajes. Ed.Macchi. Buenos Aires, 2005. Cap.5: Operaciones básicas con la reserva

Bibliografía Optativa

- Foster Denis: Agencia de Viajes: Administración y Operación. Ed McGraw-Hill. Serie Turismo. México 1993. Cap 5: Documentos de Tráfico.

7. Gerenciamiento de la Agencia: Estadística y reportes

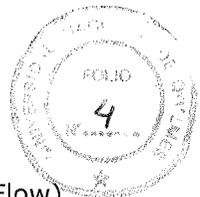
Función de los informes de gestión en la gestión y gerenciamiento de la empresa. Generación informes de producción y de reportes de clientes. Planes comerciales y marketing.

Bibliografía Obligatoria

- Kohen Pablo A.: "Tecnología y Gestión de Agencia de Viajes. Ed.Macchi. Buenos Aires, 2005. Cap.6: Estadísticas y Reporte
- El presupuesto como expresión numérica del plan de marketing y control de gestión. En Informes de Excelencia en Marketing y Administración turística Año 1 N°1 marzo de 1999. Buenos Aires, Argentina

8. La Contabilidad de una Agencia de Viajes

Fuentes de ingreso. Libros de contabilidad: ingreso de caja, cuentas por cobrar, el libro mayor, el libro mayor de BSP y egresos de caja. Formas de pago, ordenes de pago y circuitos de autorización. Planeación y administración de las finanzas de una empresa de turismo. El estado financiero: los activos y pasivos de una empresa. La



preparación del estado financiero. Análisis de flujo de efectivo (Cash Flow). Presupuesto o pronósticos: La proyección de ventas y la estimación de gastos.

Bibliografía Obligatoria

- Kohen Pablo A.: "Tecnología y Gestión de Agencia de Viajes. Ed. Macchi. Buenos Aires, 2005. Cap. 7 y 8
- Cómo administrar las finanzas en las agencias de viajes. En Informes de Excelencia en Marketing y Administración turística Año 1 N°5 Julio de 1999. Buenos Aires, Argentina

Bibliografía Optativa

- Foster Denis: Agencia de Viajes: Administración y Operación. Ed McGraw-Hill. Serie Turismo. México 1993. Cap 6: la contabilidad en una agencia de viajes y Cap.7: El informe de ventas de la ARC

II. Unidades Prácticas

a) Herramientas de Información y Comunicación

1. Internet

Funciones de Navegador (explorer). Favoritos: agregar y organizar direcciones, creación de carpetas, organización temática, backup. Historial: su utilización. Guardar páginas Web. Buscadores: herramientas y métodos. Búsqueda avanzada: Operadores lógicos y estrategias de búsqueda de información

2. Comunicación

Conceptos básicos de comunicación en línea: Webmail, Messenger, Chat, ICQ, Grupos, Lista de correos, Foros y Directorios. Correo electrónico: Organizar carpetas, crear y mover archivos; reglas de correo; autoresponder, programación de correos y configuración de propiedades. Agenda: organización de carpetas, datos de usuarios y gestión de grupos (listas). Búsqueda básica y avanzada

3. Seguridad

Antivirus: configuración y actualización. Backup de Favoritos. Backup de Aplicación. Políticas de prevención.

b) Herramientas Básicas de Gestión

1. Procesador de texto

Uso de plantillas personalizadas. Asistente para combinar correspondencia

2. Planilla de Cálculo

Importación y exportación de datos.

4. Agenda

Calendarios: su utilización eficiente, navegación por horas y fechas, programación de citas, reuniones, eventos y lista de tareas. Contactos: registro y selección de datos, crear y organizar carpetas, reglas de mensajes. Importar y exportar datos. Correo electrónico: reglas de correo. Organización de carpetas y directorios.

Evaluación

La aprobación de la materia consistirá de las siguientes instancias:

- 1) Resolución de los **ejercicios y actividades** durante la cursada
- 2) Participación en los **Foros y Debates** (Virtual)
- 3) Examen **Parcial Escrito** Individual (1)
- 4) Examen **Final Practico** Grupal (1)
- 5) Elaboración de un **Informe de análisis** (1)

Los ejercicios y actividades se podrán bajar de la web www.fundaciontt.org y se realizarán en la clase según el Plan de trabajo (Cronograma). El desempeño del alumnos

en la resolución de los mismos, será motivo de una nota de concepto que se promediara con las obtenidas en las otras instancias

El alumno podrá rendir un examen parcial siempre que cumpla con el requisito de asistencia al 75% de las clases presenciales. Si el alumno obtiene de cero (0) a tres (3) puntos deberá rendir un recuperatorio. Si la nota obtenida es de cuatro (4) a cinco (5), el alumno deberá preparar un cuarto TP para completar la nota. Si la nota obtenida es de seis (6) a diez (10) el alumnos está aprobado. En caso de ausencia por enfermedad o por motivos laborales comprobados fehacientemente, se tomará el recuperatorio a la semana siguiente de la fecha de examen.

Al finalizar la cursada se tomará un examen final grupal integrador teórico-práctico con el cual el alumno obtendrá su tercera calificación. Para poder presentarse el alumno deberá tener el 75 % de las asistencias a las clases prácticas y haber aprobado el parcial individual.

El Informe de Análisis podrá realizarse en forma grupal. Promediando la tercer clase, se entregarán las consignas. Su contenido estará relacionado con algún tema de interés o de debate de la actualidad del mercado y su entrega será al finalizar la cursada. En la última clase, los grupos deberán exponer en la clase los resultados de su análisis previa aprobación del mismo.

La nota final de la cursada será el promedio de las cuatro instancias de evaluación.