

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: .PUERTO MADRYN			
Programa de: SERVICIOS TURÍSTICOS: AGENCIA DE VIAJES		Departamento de: TURISMO	
Cursado:	Días de clase:	Horarios:	Aula/s:
Anual	Lunes	18 a 21hs	6 (seis)
PROFESOR RESPONSABLE: Leonardo Martin Jones			
EQUIPO DE CÁTEDRA: vacante			
AUXILIAR-ALUMNA: vacante			Año: 2023

Fundamentación

Desde mediados del siglo XIX, el sector de las agencias de viajes no dejó de crecer hasta nuestros tiempos. En las últimas décadas atraviesan un gran desafío por los avances de la tecnología, la comunicación global y la transformación de la intermediación. Han sido el eslabón más importante en diseño del *Producto Turístico* más masivo que ha habido a nivel mundial, el *forfait* o paquete. Toda la logística, el rol nexa, el manejo y acumulo de información sobre destinos, atractivos y servicios, así como su riesgo en el adelanto de capital, hicieron y hacen posible que a través de los años millones de personas viajen y se ilustren de la mano de la *expertise* del sector turístico, principalmente de las agencias de viajes.

Una carrera de turismo debe nutrir a sus alumnos con los contenidos y herramientas más importantes sobre este gigante del sector.

Propuesta metodológica y plan de actividades docentes

Metodología propuesta para la enseñanza

PLANIFICACION

Actividad docente, correspondiente al cargo de adjunto, propuesta para la cátedra Servicios Turísticos: Agencia de Viajes, perteneciente al tercer año de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO – Sede Pto. Madryn –

- **Modalidad de cursada:** ANUAL
- **Carga horaria semanal:** 3 HORAS: 2 teóricas / 1 práctica - las teóricas serán prioritariamente áulicas, pudiendo recurrir a encuentros virtuales de ser necesario, las prácticas se repartirán entre aula y trabajos de campo o domiciliarios.
- **Carga horaria anual:** NOVENTA (90) HORAS.
- **Correlativas:** Introducción al Turismo.

Contenidos Mínimos. Conforme al Plan de Estudios de la carrera de Licenciatura en Turismo actualmente en vigencia:

Concepto. Evolución histórica. Clasificación. Reglamentaciones vigentes que norman la actividad. Organización. Servicios que prestan circuitos turísticos. Concepto y organización. Relación de las agencias de viajes con otros entes.

OBJETIVOS GENERALES:

- Ayudar al estudiante a comprender los aspectos críticos del sector de agencias de viajes y el papel fundamental que este ha tenido en el desarrollo de la actividad turística.
- Acercar al alumno a las características y tendencias actuales de los distintos tipos de agencias, tanto en su rol receptivo como emisor y el de elaboradoras del paquete o producto turístico.
- Generar en los estudiantes el desarrollo de un pensamiento crítico, propio del rol profesional y empresario, y una actitud tendiente a la actualización constante.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Conocer el marco conceptual básico de las agencias de viajes y el vocabulario técnico específico utilizado en ellas y su entorno.
- Adquirir conocimientos generales de la evolución histórica de las agencias de viajes hasta su estado en la actualidad.
- Manejar en profundidad la legislación que reglamenta a las agencias de viajes, en Argentina (Ley 18.829), y en países de referencia como México y España. Adquiriendo conocimientos sobre la tipología establecida, sus requisitos y sistema de clasificación.
- Identificar las distintas manifestaciones y formas organizativas de agencias de viajes a nivel mundial, con sus alcances transnacionales e independientemente de las legislaciones de cada país.
- Analizar los distintos ámbitos del espacio turístico en los cuales tenga alcance la actividad de las agencias de viajes.
- Reconocer los "momentos de la verdad en turismo" que incumben a las agencias de viajes.
- Tomar conocimiento de los distintos departamentos en cada clase de agencia de viajes, sus funciones, elementos, e interacciones.
- Analizar la estructura de costos básica de los principales productos de una agencia de viajes.
- Aplicar la metodología de Costo Unitario para un producto de agencias de viajes.
- Identificar las pre-factibilidades que ha de cumplir todo proyecto turístico y sus distintos impactos.
- Poder realizar la Evaluación Económica de un proyecto de inversión de una agencia de viajes.
- Estimular el trabajo en equipo y una mentalidad abierta en los alumnos, con la capacidad de mantenerse atentos a las distintas señales de los mercados y de la actividad turística y económica en general.

METODOLOGIA DEL DESARROLLO DE LAS CLASES:

Las clases tendrán un contenido académico con su desarrollo teórico y su aplicación o aspecto práctico, sobre la carga horaria establecida (3hs. semanales), combinándose actividades presenciales y virtuales, aprovechando la gran variedad de herramientas que estos dos últimos años nos dejaron como aspecto positivo.

* **Clases TEÓRICAS:** se introducirá el tema de estudio sobre la base de los conocimientos y experiencias que presenten los alumnos, siempre buscando la máxima participación posible de los mismos.

Seguidamente, se desarrollarán y definirán los conceptos correspondientes a la temática abordada, dejando claramente sentada la postura que la cátedra toma luego de los debates que se den en el aula y demás espacios físicos o virtuales que se empleen. Esta aclaración es importante porque el aula es un espacio de intercambio, donde si bien el docente es la autoridad, todos podemos aprender de todos, y cada alumno es una fuente de conocimiento, experiencias y aporte de planteos y formas de concebir las realidades de cada materia, por lo que la postura conceptual tomada sobre el final de las clases, unificando criterios que luego será elementales para la evaluación, estará coordinado por los docentes, pero sobre la participación de todos los asistentes.

Finalmente, se brindará a los alumnos un resumen de la bibliografía en relación con los temas estudiados. Cabe resaltar que, no obstante el carácter teórico de estas clases, se sostendrá la tendencia a buscar los ejemplos más prácticos, reales y actuales de la localidad de Puerto Madryn, Península Valdés y resto de la Comarca.

* **Clases PRACTICAS:** frecuentemente se efectuarán actividades prácticas relacionadas con las temáticas abordadas en las clases teóricas, por lo cual al finalizar cada módulo temático la generalidad será la elaboración de un Trabajo Práctico que integre los conceptos abarcados, el cual podrá o no ser domiciliario, individual o grupal, para la aplicación de los conocimientos y técnicas desarrolladas durante las clases teóricas. Dichos trabajos prácticos podrán estar a cargo del Jefe de Trabajos Prácticos o Auxiliar, mientras la cátedra posea tal cargo. En tal caso el docente adjunto coordinará con su auxiliar la planificación y elaboración de las consignas. Dependiendo de la dinámica y demás características del curso, en el caso de los trabajos prácticos que posean un carácter y entrega grupal la cátedra podrá requerir cuestiones especiales en la conformación de los grupos.

* **EXTENSIÓN e INVESTIGACIÓN:** El sector de las agencias de viajes, conjuntamente con el hotelero, han sido de los más ricos para realizar actividades de extensión, tanto visitas a establecimientos, como la participación en eventos, ferias y congresos. Durante la pandemia, en reemplazo de la gestión de visitas a establecimientos destacados o modelos, se propuso la participación de los encargados o empleados de los mismos en los encuentros sincrónicos, de modo que se pudieron realizar entrevistas y charlas que resultaron muy productivas.

Este año, la idea es ir recuperando las actividades presenciales y en campo en coherencia y coordinación con toda estipulación al respecto de los Gobiernos y la Institución.

Por otra parte, el desarrollo de la actividad de agencias de viajes en esta localidad presenta un campo atractivo para proponer actividades de extensión que sean de utilidad a los establecimientos así como para las cátedras obtener información actual del sector. Existen antecedentes de trabajos de investigación básicos y sencillos realizados desde la facultad de económicas de la UNPSJB, por lo que incluso es una posibilidad plantear actividades conjuntas entre facultades. Los temas podrían ir desde la realidad que se atraviesa actualmente "post" pandemia (con una mirada positiva), hasta la aplicación de la Metodología de Costo Unitario sobre algún producto turístico.

* **Soporte Virtual:**

Para el aprovechamiento de la tecnología y las herramientas digitales, parte del dictado y actividades propuestas por la cátedra se desarrollarán sobre la virtualidad. Se propone utilizar cuando sea necesario o de manera constante:

- **Encuentros sincrónicos sobre la plataforma ZOOM**
- **Bibliografía y grabaciones de las clases en DRIVE**
- **Un Grupo de Facebook para debates asincrónicos y compartir novedades y artículos de actualidad**
- **Un Grupo en Whatsapp para comunicación inmediata y coordinación**

Para realizar los **encuentros sincrónicos** se establecen una serie de requisitos que tienen como objetivo lograr que estos funcionen como espacios de intercambio y construcción colectiva, y no como una clase grabada en la que el docente le habla a una cámara.

- Durante los 5 minutos iniciales se tomará asistencia, debiendo los alumnos dar el presente con la cámara y el micrófono encendidos.
- Luego de ello, será elección del alumno permanecer con la cámara encendida o no. Los micrófonos serán apagados mientras el o los docentes exponen y habilitados para preguntar o responder de ser necesario.
- Cuando el docente haga preguntas o proponga la participación de los alumnos, sobre todo al indicar un nombre en particular, este deberá responder (por micrófono o en su defecto por el chat) dentro de un tiempo lógico (entre 15 y 20 segundos). Las demoras extremas y repetidas serán tomadas como un falso presente, influyendo en evaluación que se hará del estudiante. Cabe resaltar que los alumnos no tienen la obligación de estar presentes en los encuentros (o teóricos) virtuales, pudiendo luego observar o bajar la grabación.
- Los inconvenientes para poder estar presentes en los encuentros sincrónicos deben ser informados por mail o chat de Messenger al docente, de forma tal que éste pueda planificar los mismos y las actividades a desarrollar en estos.

FORMACIÓN DE RECURSOS:

Se propone trabajar en el desarrollo de auxiliares-alumno, a quienes se les va proponiendo de forma gradual incluirse en las diversas tareas docentes. Se comienza con un fluido rol de nexos o intermediación entre el docente y los alumnos, como por ejemplo el manejar en la comunicación y virtualidad un grupo de whatsapp, en el que responde las consultas que esté a su alcance y traslada al docente las que lo requieran. Se les ofrece participar en la confección de un trabajo práctico de una temática que les agrade y en la que se sientan cómodos, así como también en el proceso de corrección y devolución.

A la vez, tiene la posibilidad de elegir un tema para desarrollar una exposición en clase con el acompañamiento y ayuda del docente a cargo.

Realizan búsqueda de información actual, de material digital, digitalizan material y proponen ideas novedosas para realizar actividades de extensión o prácticas.

Los aportes de la gran mayoría de los ayudantes es verdaderamente útil, necesaria y hasta estratégica, tanto por el nexo comunicativo entre docente y alumnos así como, por una cuestión generacional, el acceso y manejo de la tecnología que suman a la cátedra.

DESARROLLO ANALITICO DEL PROGRAMA:

Unidad 1 - Conceptos, Definiciones. Servicios y Productos. Herramientas

Las Agencias de Viajes. Conceptos y definiciones de Agencia de Viajes. Funciones básicas.

Productos característicos. Circuitos. Paquetes. Programas. Itinerarios. Rutas. Documentación de viaje. Asesoramiento. Servicios Regulares y Privados. Conceptos.

Unidad 2 - Reglamentaciones vigentes

Clasificación de las Agencias de Viajes. Vocabulario técnico. Ley 18.829 – Modificaciones y complementarias. Apertura de una agencia de viajes. Ley Nacional de Turismo 25.997. Evolución histórica del Turismo y de las Agencias de Viajes.

Unidad 3 – Receptivo y Emisivo.

Receptivo. Procedimientos en arribos de pasajeros, estadías y partidas. Reservas: sistemas informáticos de gestión vs respaldo tradicional. Cupos Hoteleros. Documentación interna. Vouchers. Comisiones. Tarifarios y Cotizaciones. Metodología para la realización de Cotizaciones.

Emisivo, Requisitos: Visas, Vacunas, Seguros. Principales destinos argentinos. Canales de Youtube especializados. Mayoristas y Tour Operadores. Cupos. Tarifarios. Regulaciones e impuestos. Cruceros.

Unidad 4 - Organización, Administración y Estructura. Costo Unitario. Evaluación Económica

Organigrama de una agencia de viajes. Estructura: Departamentos y Cargos. Funciones de los agentes de viajes y de los operadores. Organización y funcionamiento de una agencia de viajes. Costos en las agencias de viajes.

Metodología de costo unitario en Agencias de Viajes.

Evaluación Económica de un Proyecto de Agencia de Viajes. Introducción a la Metodología.

Unidad 5 - Mercadotecnia y Comercialización. Negociación

Mercadotecnia y Comercialización de Productos Turísticos en Agencias de Viajes.

Estrategias. Desarrollo de Nuevos Productos. Proceso de *Offering* o Producto Total. Segmentación.

Estrategias de Guerra. Matriz BCG Redefinida.

Bibliografía por Unidad:

Unidad 1 - Conceptos, Definiciones. Servicios y Productos. Herramientas

Bibliografía Básica

ACERENZA, MIGUEL ANGEL. (1997/2012) *Agencia de Viajes. Organización y Operación.* México: Trillas.

BOULLÓN, ROBERTO. (1986) *Las actividades turísticas y recreacionales.* México: Trillas.

CAPECE, GUSTAVO. (2007) *Turismo, la esencia del negocio.* Buenos Aires: Ediciones Ladevi.

CHAN, Nélica. (1994) *Circuitos turísticos: Programación y Cotización.* Buenos Aires: Temas de Turismo.

DÍAZ, Beatriz. (2011) *Diseño de productos turísticos.* Madrid: Síntesis.

FEIJOÓ, José Luis. (2008) *La gestión aplicada a hotelería y turismo,* Buenos Aires: Ed. Ugerman.

GETINO, OCTAVIO. (2010) *Turismo – Entre el ocio y el negocio.* Buenos Aires: Ciccus.

GONZÁLEZ COBREROS, Ma. Ángeles. (2002) *Fundamentos teóricos y gestión práctica de las Agencias de Viajes.* Madrid: Síntesis.

MARCIGLIANO, Alejo y Otros. (2008) *Reportajes 2007.* Ladevi Ediciones: Buenos Aires.

MORENO GARCÍA, Pablo. (2012) *Retos de las empresas turísticas. Sector Agencias de Viajes.* CES Santa M^a de los Ángeles. Consultado el 4 de febrero de 2017, a través de: http://es.slideshare.net/pavlitogm/retos-agencias-de-viaje-2012?next_slideshow=1

PÉREZ DE LAS HERAS, Mónica. (2004) *Manual del Turismo Sostenible.* Madrid: MundiPrensa.

PETRA, NICOLAE. (1986) *Las Agencias de Viajes y de Turismo.* México: Diana.

SCHLUTER, Regina y WINTER, Gabriel. (1994) *La agencia de viajes y turismo. Estructura y operaciones.* Buenos Aires: Editorial Docencia.

WALLINGRE, Noemí. *Crecimiento y factores de cambio del turismo y la hotelería;* en FASIOLO URLI, Carlos A. (Coordinador) (2008) *Estrategia y Gestión de Emprendimientos Hoteleros, Cuestiones de Turismo y Hotelería.* Buenos Aires: Osmar D. Buyatti Librería Editorial.

Notas de Cátedra:

- Metodología para la realización de cotizaciones.
- Proceso de Gestión de Servicios Receptivos.
- Metodología de Costo Unitario.
- Metodología de Evaluación Económica de Proyectos.

Bibliografía y Material Complementario

Artículos de publicaciones: GERENCIA DE VIAJE, GERENCIA DE HOTELES, REPORT, LADEVI, EL INFORMADOR TURISTICO, AL DIA, EDITUR –ed. española y latinoamericana.

MINISTERIO DE TURISMO. *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable* (PFETS).

MINISTERIO DE TURISMO. *Vocabulario Turístico Argentino*. Consultado el 4 de febrero de 2017, a través de: <http://www.tesauroturistico.gob.ar/?v=1>

TORREJÓN, Antonio y LESKE, Natalia. *Diccionario de turismo*. Consultado el 2 de febrero de 2017, a través de:

http://www.verturismo.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=1666:diccionario-de-turismo-abreviado-por-antonio-torrejon-&catid=31:infoanovedades

Unidad 2 - Reglamentaciones vigentes

Bibliografía Básica

ACERENZA, MIGUEL ANGEL. (1997/2012) *Agencia de Viajes. Organización y Operción*. México: Trillas.

BOULLÓN, ROBERTO. (1986) *Las actividades turísticas y recreacionales*. México: Trillas.

CAPECE, GUSTAVO. (2007) *Turismo, la esencia del negocio*. Buenos Aires: Ediciones Ladevi.

CHAN, Nélica. (1994) *Circuitos turísticos: Programación y Cotización*. Buenos Aires: Temas de Turismo.

DÍAZ, Beatriz. (2011) *Diseño de productos turísticos*. Madrid: Síntesis.

FEIJOÓ, José Luis. (2008) *La gestión aplicada a hotelería y turismo*, Buenos Aires: Ed. Ugerman.

GETINO, OCTAVIO. (2010) *Turismo – Entre el ocio y el negocio*. Buenos Aires: Ciccus.

GONZÁLEZ COBREROS, Ma. Ángeles. (2002) *Fundamentos teóricos y gestión práctica de las Agencias de Viajes*. Madrid: Síntesis.

MARCIGLIANO, Alejo y Otros. (2008) *Reportajes 2007*. Ladevi Ediciones: Buenos Aires.

PETRA, NICOLAE. (1986) *Las Agencias de Viajes y de Turismo*. México: Diana.

Schluter, Regina y Winter, Gabriel. (1994) *La agencia de viajes y turismo. Estructura y operaciones*. Buenos Aires: Editorial Docencia.

Bibliografía y Material Complementario

Artículos de publicaciones: GERENCIA DE VIAJE, GERENCIA DE HOTELES, REPORT, LADEVI, EL INFORMADOR TURISTICO, AL DIA, EDITUR –ed. española y latinoamericana.

MINISTERIO DE TURISMO. *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable* (PFETS).

MINISTERIO DE TURISMO. *Vocabulario Turístico Argentino*. Consultado el 4 de febrero de 2017, a través de: <http://www.tesauroturistico.gob.ar/?v=1>

TORREJÓN, Antonio y LESKE, Natalia. *Diccionario de turismo*. Consultado el 2 de febrero de 2017, a través de:

http://www.verturismo.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=1666:diccionario-de-turismo-abreviado-por-antonio-torrejon-&catid=31:infoanovedades

Leyes: 25.997, 18.829 y 25.599.

Unidad 3 – Receptivo y Emisivo.

Bibliografía Básica

ACERENZA, MIGUEL ANGEL. (1997/2012) *Agencia de Viajes. Organización y Operación*. México: Trillas.

BOULLÓN, ROBERTO. (1986) *Las actividades turísticas y recreacionales*. México: Trillas.

CAPECE, GUSTAVO. (2007) *Turismo, la esencia del negocio*. Buenos Aires: Ediciones Ladevi.

CHAN, Nélica. (1994) *Circuitos turísticos: Programación y Cotización*. Buenos Aires: Temas de Turismo.

DÍAZ, Beatriz. (2011) *Diseño de productos turísticos*. Madrid: Síntesis.

FEIJOÓ, José Luis. (2008) *La gestión aplicada a hotelería y turismo*, Buenos Aires: Ed. Ugerman.

GETINO, OCTAVIO. (2010) *Turismo – Entre el ocio y el negocio*. Buenos Aires: Ciccus.

GONZÁLEZ COBREROS, Ma. Ángeles. (2002) *Fundamentos teóricos y gestión práctica de las Agencias de Viajes*. Madrid: Síntesis.

MARCIGLIANO, Alejo y Otros. (2008) *Reportajes 2007*. Ladevi Ediciones: Buenos Aires.

MORENO GARCÍA, Pablo. (2012) *Retos de las empresas turísticas. Sector Agencias de Viajes*. CES Santa Ma de los Ángeles. Consultado el 4 de febrero de 2017, a través de: http://es.slideshare.net/pavlitogM/retos-agencias-de-viaje-2012?next_slideshow=1

PÉREZ DE LAS HERAS, Mónica. (2004) *Manual del Turismo Sostenible*. Madrid: MundiPrensa.

PETRA, NICOLAE. (1986) *Las Agencias de Viajes y de Turismo*. México: Diana.

SCHLUTER, Regina y WINTER, Gabriel. (1994) *La agencia de viajes y turismo. Estructura y operaciones.* Buenos Aires: Editorial Docencia.

WALLINGRE, Noemí. *Crecimiento y factores de cambio del turismo y la hotelería;* en FASIOLO URLI, Carlos A. (Coordinador) (2008) *Estrategia y Gestión de Emprendimientos Hoteleros, Cuestiones de Turismo y Hotelería.* Buenos Aires: Osmar D. Buyatti Librería Editorial.

Notas de Cátedra:

- Metodología para la realización de cotizaciones.
- Proceso de Gestión de Servicios Receptivos.
- Metodología de Costo Unitario.
- Metodología de Evaluación Económica de Proyectos.

Bibliografía y Material Complementario

Artículos de publicaciones: GERENCIA DE VIAJE, GERENCIA DE HOTELES, REPORT, LADEVI, EL INFORMADOR TURISTICO, AL DIA, EDITUR –ed. española y latinoamericana.

MINISTERIO DE TURISMO. *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS).*

MINISTERIO DE TURISMO. *Vocabulario Turístico Argentino.* Consultado el 4 de febrero de 2017, a través de: <http://www.tesauroturistico.gob.ar/?v=1>

TORREJÓN, Antonio y LESKE, Natalia. *Diccionario de turismo.* Consultado el 2 de febrero de 2017, a través de:

http://www.verturismo.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=1666:diccionario-de-turismo-abreviado-por-antonio-torrejon-&catid=31:infoanovedades

Unidad 4 - Organización, Administración y Estructura. Costo Unitario. Evaluación Económica

Bibliografía Básica

ACERENZA, Miguel Angel. (1997/2012) *Agencias de Viajes. Organización y Operación.* México: Trillas.

CARDENAS TABARES, Fabio. (2006) *Proyectos Turísticos, localización e inversión.*

México: Trillas.

DÍAZ, Beatriz. (2011) *Diseño de productos turísticos.* Madrid: Síntesis.

FASIOLO URLI, Carlos A. (2006) *Emprender el camino, Estrategia, Estructura y Plan de Negocios;* Buenos Aires: Osmar D. Buyatti Librería Editorial.

FEIJOÓ, José Luis. (2008) *La gestión aplicada a hotelería y turismo,* Buenos Aires: Ed. Ugerman.

GONZÁLEZ COBREROS, Ma. Ángeles. (2002) *Fundamentos teóricos y gestión práctica de las Agencias de Viajes*. Madrid: Síntesis.

GONZALEZ, Rodrigo y otros. (2006) *El análisis de prefactibilidades en la formulación de proyectos turísticos*. Sin edición, nota de cátedra de Formulación de Proyectos Turísticos, Facultad de Turismo, Universidad Nacional del Comahue, Neuquén.

GONZALEZ, Rodrigo; PERINI, Ma. Magdalena. (2009) *Formulación de proyectos turísticos*. Neuquén: Ed. de la Universidad Nacional del Comahue.

MORENO GARCÍA, Pablo. (2012) *Retos de las empresas turísticas. Sector Agencias de Viajes*. CES Santa M^a de los Ángeles. Consultado el 4 de febrero de 2017, a través de: http://es.slideshare.net/pavlitogm/retos-agencias-de-viaje-2012?next_slideshow=1

PARRA LÓPEZ, Eduardo y CALERO GARCÍA, Francisco. (2006) *Gestión y dirección de empresas turísticas*. Madrid: McGraw-Hill.

PEREIRA L. ZUNINI, Gustavo N. (2002) *Manual Práctico Metodología de Costo Unitario, para la determinación de Precios – Administración Hotelera*. Facultad de Ciencias Aplicadas al Estudio Sistemático del Turismo y la Población. Morón.

PEREIRA L. ZUNINI, Gustavo N. (2001) *Manual Teórico y Práctico para la Aplicación de un Sistema de Gestión y Administración Hotelera. Armado y Desarrollo del sistema de Planeamiento y/o Proyección*. Facultad de Ciencias Aplicadas al Estudio Sistemático del Turismo y la Población. Morón.

PÉREZ DE LAS HERAS, Mónica. (2004) *Manual del Turismo Sostenible*. Madrid: MundiPrensa.

RAMÍREZ CAVASSA, César. (1994) *La Modernización y Administración de Empresas Turísticas*. México: Trillas.

Bibliografía y Material Complementario

Artículos / Publicaciones: GERENCIA DE VIAJE, GERENCIA DE HOTELES, REPORT, LADEVI, EL INFORMADOR TURÍSTICO, AL DÍA, EDITUR – ed. española y latinoamericana.

LAZA MUÑOZ, Pascual y HERNANDIS BERNAL, Leticia. (2005) *Gestión Económico-administrativa en Agencias de Viajes*. España: Ed. Paraninfo.

LÓPEZ COUCEIRO, Edmundo J. E. (2006) *El control de gestión empresaria*. En GIMENEZ, Carlos M. (coord.) *Decisiones en la gestión de costos para crear valor*. Buenos Aires: Ed. ERREPAR.

Unidad 5 - Mercadotecnia y Comercialización

Bibliografía Básica

AMEIGEIRAS, Celia. (2012) *Venta de servicios turísticos*. Madrid: Síntesis.

CÁRDENAS TABARES, Fabio. (2007). *La segmentación del mercado turístico*.

Comercialización y venta. México: Trillas.

CAPECE, Gustavo. (2007) *Turismo, la esencia del negocio*. Buenos Aires: Ediciones Ladevi.

IGLESIAS TOVAR, J. Ramón. (1998) *Comercialización de productos y servicios turísticos*. Madrid: Síntesis.

KOTLER, Philip y otros. (2007) *Marketing Internacional de Lugares y Destinos*. México: Pearson Educación.

KOTLER, Philip y otros. (2004) *Marketing para turismo*. España: Pearson Prentice Hall.

KOTLER, Philip y otros. (2003) *El Marketing se mueve*. Buenos Aires: Paidós Empresa.

MARCIGLIANO, Alejo y Otros. (2008) *Reportajes 2007*. Ladevi Ediciones: Buenos Aires.

MORENO GARCÍA, Pablo. (2012) *Retos de las empresas turísticas. Sector Agencias de Viajes*. CES Santa M^a de los Ángeles. Consultado el 4 de febrero de 2017, a través de: http://es.slideshare.net/pavlitogm/retos-agencias-de-viaje-2012?next_slideshow=1

VELÁSQUEZ VÁSQUEZ, Francisco; PEÑA, José Ramón y MACÍA, Andrés Felipe. (2005). *Agencias de viajes: Nuevos retos en la industria del turismo. Estudios Gerenciales*, 21(96), 141-174. Consultado el 4 de Febrero de 2017, a través de:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012359232005000300006&lng=en&tlng=pt.

WILENSKY, Alberto L. (2005) *La promesa de la marca - Claves para diferenciarse en un escenario caótico*. Buenos Aires: Ed. Temas.

Notas de Cátedra: *Mercadotecnia para Turismo*, con colaboración de Pablo D. Hueza, consultor en Marketing Estratégico, docente de la Universidad de Morón.

Bibliografía y Material Complementario

Artículos de publicaciones: GERENCIA DE VIAJE, GERENCIA DE HOTELES, REPORT, LADEVI, EL INFORMADOR TURISTICO, AL DIA, EDITUR -ed. española y latinoamericana.

MINISTERIO DE TURISMO. *Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS)*.

TORREJÓN, Antonio y LESKE, Natalia. *Diccionario de turismo*. Consultado el 2 de febrero de 2017, a través de:

http://www.verturismo.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=1666:diccionario-de-turismo-abreviado-por-antonio-torrejón-&catid=31:infoanovidades

WALLINGRE, Noemí. *Crecimiento y factores de cambio del turismo y la hotelería*; en FASIOLO URLI, Carlos A. (Coordinador) (2008) *Estrategia y Gestión de Emprendimientos Hoteleros, Cuestiones de Turismo y Hotelería*. Buenos Aires: Osmar D. Buyatti Librería Editorial.

Evaluación y Acreditación

Cursada y Aprobación con Examen Final:

Requisitos para la obtención del concepto (acceso a examen final regular)

- ✓ 70% de asistencia a clases prácticas
- ✓ 70% de aprobación de trabajos prácticos

Estas prácticas podrán ser planteadas sobre el uso de redes sociales o utilizándolas como soporte para foros y debates. Por este motivo será necesario que aquel alumno que no utilice una red social sobre la que se propone trabajar, genere una cuenta en la misma, pudiendo utilizar su nombre o un pseudónimo (lo cual deberá ser informado al docente). Quedará a criterio del alumno mantener esta cuenta al concluir la cursada o bien eliminarla. *Prácticos en Anexo I.*

Nota: De ninguna manera el/la alumno/a debe verse obligado a integrar el grupo de FB de la cátedra u otras propuestas de la cátedra con su cuenta personal.

- ✓ Aprobación del 100% de los parciales o de sus instancias de recuperación. Los mismos se aprueban con una nota de 4 (cuatro) o superior. El total de parciales oscilará entre 1 y 2, dependiendo del desarrollo de la cátedra y respuesta del grupo, pudiendo incluso uno de ellos ser oral o domiciliario.

Crterios de Evaluación

Se tiene en cuenta la presencia o ausencia de las siguientes capacidades:

- Lectura e interpretación de textos incluidos en la bibliografía
- Aprender y aprehender un mínimo de contenido
- Extrapolar y transferir lo aprendido
- Expresión oral y escrita acorde al nivel universitario y cercanía con la graduación ostentada
- Aprehensión y aplicación de herramientas y metodologías propuestas por la cátedra
- Observación y análisis de situaciones reales y actuales del campo de estudio en cuestión
- Honestidad intelectual, de procedimientos y actitudes.

Aprobación Final:

- **Aprobación sin Examen Final (Promoción): para obtener la aprobación por Promoción durante la cursada el/la alumno/a deberá cumplir los siguientes requisitos:**
 - 75% de asistencia a clases prácticas
 - 75% de aprobación de trabajos prácticos

Aprobación del 100% de los parciales o de sus instancias de recuperación. Los mismos deberán ser aprobados con una nota de 6 (seis) o superior.

Aprobación de un **Trabajo Final Integrador** que consistirá en la presentación de un Plan de Negocios, el cual deberá tratarse de la formulación de un proyecto de inversión turística.

- **Examen en Condición Regular:** examen oral, con posibilidad de apartado escrito, cuya evaluación será centrada en los contenidos que se hayan podido desplegar en aula durante la cursada.
- **Examen en Condición Libre:** trabajo de integración y examen oral sobre la totalidad del programa actual (2023).

Las condiciones del trabajo de integración deben ser solicitadas al docente a cargo de la cátedra con al menos 20 días de anticipación al turno y fecha en la que se pretende rendir. Esto responde a que el/la alumno/a debe alcanzar a cumplir la consigna y realizar la entrega del trabajo con diez (10) días de anticipación a la fecha de la mesa. Durante estos 10 días el docente puede realizar devoluciones y el alumno tener que hacer modificaciones al trabajo con el fin de aprobarlo y acceder a oral.

Alumnos en situación de Terminalidad:

- Se proponen entrevistas orientativas para acceder al material digital, planificar las lecturas y actividades necesarias que irán permitiendo la asimilación y aprehensión de los contenidos con el fin de llegar a rendir el examen final.
- Se pone a disposición además el mismo paquete de facilidades que ha surgido con la virtualidad: clases grabadas en drive, material bibliográfico digital complementario, sumarse a encuentros sincrónicos sin la necesidad de estar inscriptos como regulares, entre otras alternativas que puedan ir surgiendo del aprovechamiento de la tecnología.

Año de vigencia: 2023		
Profesor Responsable: Lic. Leonardo Jones 		
VISADO		
DECANO	SECRETARIO ACADEMICO FACULTAD	JEFE DE DEPARTAMENTO
FECHA	FECHA	FECHA