

TECNICATURA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

Servicios Turísticos II

Segundo Año
Segundo Cuatrimestre
2010

Objetivos generales

Conocer la organización del trabajo de una Empresa de Viajes, aplicando las herramientas de la Administración, del Marketing, de la Economía y de la Contabilidad.

Las unidades referidas a los aspectos Económicos-financieros, Contabilidad, Comercialización y Administración se implementarán conjuntamente con los Docentes de las respectivas cátedras con el fin de su aplicación en una Empresa de Viajes.

Normas de aprobación

Para obtener la condición de **REGULARIDAD** de la materia, el alumno deberá tener:

- 75% de asistencia a clase.
- El promedio de notas deberá ser entre 4 (60%) y 10 (100%). Las notas consisten en: a) un promedio de trabajos prácticos, b) las notas de los parciales y c) una nota actitudinal (que incluye asistencia a clases, puntualidad en la entrega de trabajos, participación en clase y cualquier otro aspecto que el profesor considere relevante).
- Todos los parciales tienen un recuperatorio. El alumno que no apruebe los recuperatorios, no regularizará la materia, es decir su condición final será Libre.
- Los trabajos prácticos serán promediados y deberán tener un porcentaje mínimo del 60 %.

Para obtener la condición de **PROMOCION** de la materia, deberá cumplir con las siguientes condiciones:

- 75% de asistencia a clases.
- Asistencia perfecta a las instancias evaluatorias (No se aceptarán certificados de ningún tipo)
- Rendir y aprobar todas las Instancias evaluatorias
- Promedio general de 7 (81%) en adelante.
- Rendir y aprobar el examen integrador con una calificación igual o superior a 7 (81%)

Contenidos

Unidad I

Función Productora. Un enfoque comercial. Diseño en función de mercados y ubicación de la empresa. Operación vs. Venta. Características de los productos turísticos en función de la demanda. Análisis de las tendencias. Calidad de servicio frente al éxito comercial. Elección de proveedores.

Unidad II

Función Técnica Planificación del programa. Diseño del viaje atendiendo a los requerimientos del turista. Motivaciones del consumidor. Programas para grupos especiales. Deportistas. Profesionales. Hombres. Mujeres. Jóvenes. Niños. Atención del cliente individual. Organización y venta del viaje familiar.

Unidad III

Función Contable-Administrativa-Económico-Financiera. Estructura Económica-Financiera de la Empresa. El valor de un sistema contable-administrativo. Planificación económica en la agencia de viajes. Gestión y control de la calidad. Presupuesto. Formas de financiamiento: Proveedores, Bancos, Accionistas, Inversionistas. Servicios financieros para el turista: Créditos. Tarjetas Plásticas.

Unidad IV

Otros Productos Turísticos. Ferias. Congresos. Eventos en general. Cines. Teatros. Museos. Parques temáticos. Guías Turísticas. Información general. Preparación y venta.

Unidad V

Función Social: Actualización Aplicación de sistemas de comunicación internos y externos en la empresa, resolución de conflictos, interpretación de las políticas de la empresa y las técnicas de motivación personal. Calidad personal de los trabajadores de la empresa. Aprendizaje. Valoración del trabajo. Beneficios para el personal. Desarrollo de destrezas y conocimientos para servir. La importancia de la tecnología.

TRABAJO PRÁCTICO INTEGRAL:

Durante el cuatrimestre, los ALUMNOS, divididos en Grupos elaborarán las diferentes propuestas turísticas vigentes, en función de las tendencias actuales de mercado. Para ello montarán físicamente un Escritorio de Ventas cada Grupo. Posteriormente deberán demostrar el conocimiento de los productos ofrecidos, tanto en la faz técnica, como así también en el manejo de los recursos comerciales existentes.

Bibliografía:

LECTURAS OBLIGATORIAS

AGENCIA DE VIAJES. Organización y Operación. Miguel Ángel Acerenza – Ed. Trillas

Cap. 4. Principales características organizacionales

Cap. 5. Definición del campo de negocios de la Agencia y Programación y desarrollo de la línea de productos.

Cap. 6. Negociación y contratación de los servicios

Cap.7. Promoción y Venta de los Servicios

Cap. 8. Los aspectos financieros de la operación:

ECONOMIA Y TURISMO. Francisco Mochón. Ed. Mc Graw Hill

Cap. 2. Los agentes económicos y los sistemas económicos

Cap. 3. Las Empresas Turísticas Producción, Costes y Beneficios

Cap. 4. La Demanda, La Oferta y los Mercados Turísticos

MERCADOTECNIA PARA HOTELERIA Y TURISMO. Kotler, Bowens y Makens.

Cap. 13. Fijación del precio de los productos: consideraciones, enfoques y estrategias en el establecimiento de precios.

Cap. 21. Plan de mercadotecnia para el próximo año

Revista La Agencia de Viajes