



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT  
**ORGANITZACIÓ I GESTIÓ  
D'EMPRESES  
D'INTERMEDIACIÓ**

Any acadèmic 2015-16

## Informació general de l'assignatura

<b>Denominació</b>	ORGANITZACIÓ I GESTIÓ D'EMPRESSES D'INTERMEDIACIÓ
<b>Codi</b>	102616
<b>Semestre d'impartició</b>	2n Q Avaluació Continuada
<b>Caràcter</b>	Obligatòria
<b>Nombre de crèdits ECTS</b>	6
<b>Crèdits teòrics</b>	0
<b>Crèdits pràctics</b>	0
<b>Horari de tutoria/lloc</b>	Dimecres, de 17 a 19.30 h Dijous de 16.30 a 17.00 h
<b>Departament/s</b>	Administració d'Empreses i Gestió Econòmica dels Recursos Naturals
<b>Modalitat</b>	Presencial
<b>Informació important sobre tractament de dades</b>	Consulteu <a href="#">aquest enllaç</a> per a més informació.
<b>Idioma/es d'impartició</b>	Català
<b>Grau/Màster</b>	Grau en Turisme
<b>Horari de tutoria/lloc</b>	Dimecres, de 17 a 19.30 h Dijous de 16.30 a 17.00 h
<b>Adreça electrònica professor/a (s/es)</b>	eva@aegern.udl.cat

Eva Martin Fuentes

## Objectius acadèmics de l'assignatura

Veure apartat competències

## Competències

### Competències estratègiques de la Universitat de Lleida

- Domini de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació.

Objectius

- Estudiar la utilitat de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) en la distribució turística i analitzar els canvis que s'estan produint.

- Correcció en l'expressió oral i escrita

Objectius

- Saber planificar, redactar i presentar les fases del procés productiu d'un viatge combinat.
- Respecte als drets fonamentals d'igualtat entre homes i dones, a la promoció dels Drets Humans i als valors propis d'una cultura de pau i de valors democràtics.

### Competències específiques de la titulació

- Exercir les funcions relacionades en les diferents àrees funcionals d'una empresa turística i institucions.

Objectius

- Saber diferenciar els tipus d'agències de viatges del mercat actual i les funcions que en desenvolupen.
- Crear i dirigir una empresa de serveis turístics atenent i responent als canvis de l'entorn en què opera.

Objectius

- Saber gestionar els recursos humans i tècnics necessaris en una empresa d'intermediació.
- Descriure el procediment operatiu de les empreses d'intermediació turística.
- Aplicar tècniques instrumentals en l'anàlisi i solució de problemes empresarials i en la presa de decisions.

Objectius

- Estudiar la utilitat de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) en la distribució turística i analitzar els canvis que s'estan produint.

### Competències transversals de la titulació

- Capacitat d'organitzar i planificar.
- Ser capaç de treballar i d'aprendre de manera autònoma i simultàniament interactuar adequadament amb els altres, cooperant i col·laborant.

## Objectius

- Descriure el procediment operatiu de les empreses d'intermediació turística.
- Actuar en base al rigor, al compromís personal i amb orientació a la qualitat.

## Objectius

- Saber planificar, redactar i presentar les fases del procés productiu d'un viatge combinat.
- Treball en equip i lideratge.

## Objectius

- Saber planificar, redactar i presentar les fases del procés productiu d'un viatge combinat.

## Continguts fonamentals de l'assignatura

### 1. La intermediació turística

- a. Evolució històrica de la intermediació turística.
- b. Funció, rol i posició de les agències de viatges.
- c. Classificació i tipologia de les agències de viatges.
- d. Estructura d'explotació de l'agència de viatges.
- e. Constitució legal i econòmica d'una agència de viatges. La directiva Bolkestein.
- f. Grups empresarials del sector
- g. Altres tipus d'intermediació turística: OPC, centrals de reserves, etc.
- h. Associacions per a les agències de viatges

### 2. Gestió de la producció de serveis turístics

- a. La gestió de l'oferta d'intermediació.
- b. La gestió de la demanda d'intermediació.
- c. Segments habituals de viatges.
- d. Gestió de l'oferta i la demanda.
- e. Objectius i decisions de l'oferta en l'intermediació.
- f. Comercialització i distribució.
- g. Política de preus
- h. Conceptes i objectius de la distribució en el sistema turístic.

i. La intermediació en la venda de mitjans de transport, de viatges combinats i d'altres serveis.

## Eixos metodològics de l'assignatura

La metodologia d'aquesta assignatura és eminentment pràctica. Les bases teòriques que seran necessàries que l'estudiant adquireixi, es realitzaran en classes magistrals utilitzant mètodes participatius, intentant despertar la capacitat de raonament de l'estudiant, tractant temes actuals de discussió i d'anàlisi per promoure el coneixement per comprensió.

Les classes pràctiques constaran també d'estudi de cas, resolució de pràctiques i conferència d'experts.

## Pla de desenvolupament de l'assignatura

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
1	<b>La intermediació turística</b> Introducció a la intermediació turística Evolució històrica de la intermediació turística.	Classe magistral	4	Estudi	6
2	<b>La intermediació turística</b> Funció, rol y posició de les agències de viatges. Fonts d'informació i influenciadors al voltant de la intermediació turística	Classe magistral i pràctica a l'aula d'informàtica	4	Estudi Pràctiques	6
3	<b>La intermediació turística</b> Classificació i tipologia. Estructura d'explotació de l'agència de viatges. Constitució legal i econòmica d'una agència de viatges Grups empresarials del sector. Associacions per a les agències de viatges.	Classe magistral	4	Estudi Casos pràctics	6
4	<b>Gestió de la producció de serveis turístics</b> La gestió de la intermediació. Oferta de serveis en les agències de viatges: l'allotjament Dades sobre l'oferta d'allotjament a Espanya Operativa en les reserves: Reserves, Tarifes, Quotes,  •	Classe magistral i pràctiques amb catàleg	4	Estudi Casos pràctics	6

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
5	<p><b>Gestió de la producció de serveis turístics</b>                      Operativa en les reserves:                      documentació, vouchers                      Gestió de l'oferta en les agències de viatges                      Elements bàsics de l'oferta en les agències de viatges                      Decisions i objectius en les agències de viatges                      Classificació general dels productes turístics de les agències de viatges</p>	Classe magistral i pràctiques	4	Estudi Casos pràctics Pràctiques	6
6	<p><b>Gestió de la producció de serveis turístics</b>                      La gestió de la intermediació.                      Política de preus                      Estratègia de preus i estratègia de descomptes                      Investigació i gestió de la demanda                      Segmentació de la demanda                      Criteris sociològics                      Criteris turístics                      Criteris psicològics                      Hàbits y comportaments d'informació, compra i ús</p>	Classe magistral, i casos pràctics	4	Estudi Pràctiques	6
7	<p><b>Gestió de la producció de serveis turístics</b>                      Segments de viatgers habituals                      Repàs                      a. La intermediació turística                      b. Gestió de la producció de serveis turístics</p>	Classe magistral, vídeo viatgers i pràctiques amb catàleg i casos	4	Estudi Casos pràctics Pràctiques	6
9	<b>Avaluació</b>	Prova objectiva de continguts	2	Estudi	3
8	<p><b>Gestió de la producció de serveis turístics</b>                      Fases i operacions en el procés de producció de viatges:                      Identificació de la demanda                      Estudiar la competència                      Disseny del producte viatge                      Confecció del producte viatge</p>	Classe magistral, vídeos i pràctiques aula d'informàtica (inici treball en grup)	4	Estudi Pràctiques	6
10	<p><b>Gestió de la producció de serveis turístics</b>                      Fases i operacions en el procés de producció de viatges:                      Cotització del producte viatge</p>	Classe magistral i casos pràctics	4	Estudi Casos pràctics	6

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
11	<b>Gestió de la producció de serveis turístics</b> Fases i operacions en el procés de producció de viatges: Cotització del producte viatge Comercialització	Classe magistral, casos pràctics i conferència creació producte	4	Estudi Casos pràctics	6
12	<b>Gestió de la producció de serveis turístics</b> Fases i operacions en el procés de producció de viatges: Recepció de reserves Formalització del producte viatge Lliurament de documents Control de qualitat Transport aeri	Classe magistral i casos pràctics	4	Estudi Casos pràctics	6
13	<b>Gestió de la producció de serveis turístics</b> Terrestre	Classe magistral i pràctiques	4	Estudi Cas pràctic	6
14	<b>Gestió de la producció de serveis turístics</b> Transport aeri	Classe magistral i pràctiques	4	Estudi Cas pràctic amb catàlegs	6
15	<b>Gestió de la producció de serveis turístics</b> Transport aquàtic	Classe magistral i pràctiques aula d'informàtica	4	Treball pràctic Preparació de la presentació	6
16	Avaluació	presentació treball	1,5		2
17	Avaluació	Prova objectiva de continguts	2		3



## Sistema d'avaluació

Objectius	Activitats d'Avaluació Criteris	%	Dates	O/V (1)	I/G (2)	Observacions
Aplicar tècniques instrumentals en l'anàlisi i solució de problemes empresarials i en la presa de decisions. Desenvolupar les funcions relacionades a les diferents àrees funcionals d'una empresa turística i d'institucions. Correcta expressió escrita.	Prova objectiva de continguts	25	Setmana 9	O	I	
Crear i dirigir una empresa de serveis turístics atenent i donant resposta als canvis de l'entorn en què s'opera. Desenvolupar les funcions relacionades a les diferents àrees funcionals d'una empresa turística i d'institucions. Correcta expressió escrita.	Prova objectiva de continguts	25	Setmana 18	O	I	La nota mínima per poder fer la mitjana ponderada amb la resta d'activitats és un 3.
Treball en equip i lideratge Ser capaç de treballar i d'aprendre de forma autònoma i, simultàniament, interactuar adequadament amb la resta, cooperant i col·laborant. Actuar en atenció al rigor, al compromís personal i amb orientació a la qualitat. Crear i dirigir una empresa de serveis turístics atenent i donant resposta als canvis de l'entorn en què s'opera. Domini de les TIC. Correcta expressió escrita.	Treball pràctic i autoavaluació	15	Setmana 15	O	G	
Treball en equip i lideratge. Ser capaç de treballar i d'aprendre de forma autònoma i, simultàniament, interactuar adequadament amb la resta, cooperant i col·laborant. Correcta expressió oral.	Presentació treball	10	Setmana 16	O	G	
Capacitat d'organitzar i planificar. Desenvolupar les funcions relacionades a les diferents àrees funcionals d'una empresa turística i d'institucions. Domini de les TIC.	Assistència i participació activa	10	Durant tot el semestre	O	I/G	
Crear i dirigir una empresa de serveis turístics atenent i donant resposta als canvis de l'entorn en què s'opera. Domini de les TIC.	Debat virtual	15	Durant el semestre	O	I/G	

(1)Obligatòria / Voluntària      (2)Individual / Grupal

### Aclariments

L'estudiantat podrà contestar totes les proves en català, castellà o anglès.

Només en el cas de participar en dos o menys activitats d'avaluació, dona dret a tenir un No Presentat a la nota final de l'assignatura.

En cas que una/a estudiant acrediti documentalment (contracte de treball i resum de la vida laboral expedit per la Tresoreria de la Seguretat Social) que està treballant amb jornada laboral completa durant el curs docent i per tant no pot complir amb els requisits establerts per a l'avaluació continuada, podrà optar per la realització d'una prova única de validació de competències i coneixements que es realitzarà en les setmanes assenyalades a aquests efectes en el calendari d'avaluació del grau.

## Bibliografia i recursos d'informació

Bibliografia recomanada

### **Bibliografia Bàsica**

- Albert, I. (2010). *Intermediació turística*. Barcelona: UOC
- Borja, L./ Gomis, JM (2009). *El nuevo paradigma de la intermediación turística*. Madrid: Piràmide.
- Cavanillas, S.; Tur, M.N.; Benito, M.T.; Suinaga, C. (2002). *Turismo y comercio electrónico. La promoción y contratación on line de servicios turísticos*. Granada: Comares ("Derecho de la Sociedad de la Información").
- Alcaraz, B. (2002). *Los canales de distribución en el sector turístico*. Madrid: ESIC.
- Fumero, A.; Roca, G. (2007). *Web 2.0. Madrid*. Madrid: Fundación Orange.
- Sanz, C. (2005). *Régimen Jurídico-Administrativo de la intermediación turística*. Sevilla: Junta de Andalucía.
- Valls, J. F. (2008). *Fenómeno Low cost. El impacto en el factor precio*. Barcelona: Deusto