Universitat de Lleida

DEGREE CURRICULUM

ORGANIZATION AND MANAGEMENT OF RETAILER ENTERPRISES

Academic year 2013-14

ORGANIZATION AND MANAGEMENT OF RETAILER EN... 2013-14

Subject's general information

Subject name	ORGANIZATION AND MANAGEMENT OF RETAILER ENTERPRISES
Code	102616
Semester	2n Q Avaluació Continuada
Typology	Obligatòria
ECTS credits	6
Theoretical credits	0
Practical credits	0
Department	Administració d'Empreses i Gestió Econòmica dels Recursos Naturals
Important information on data processing	Consult this link for more information.
Language	Catalan
Office and hour of attention	Dimarts de 20 a 21 h Dimecres de 17.30 a 19.30 h Dijous 16 a 18 h

Eva Martin Fuentes

Learning objectives

See competences

Competences

University of Lleida strategic competences

- Correctness in oral and written language.

  Goals

  - Plan, draft and present phases of the production process of a package.

- Master Information and Communication Technologies.

  Goals

  - Study the usefulness of information and communication technology (ICT) in tourism distribution and analyse the changes that are occurring.

- Respect of the essential rights of equality between men and women, the promotion of Human Rights and of the values of a peace culture and democracy.

Degree-specific competences

- Create and direct a tourist service business which attends and responds to the surroundings in which it operates.

  Goals

  - Learn to manage human resources and technical resources in a brokerage firm.
  - Describe the operating procedure of tourism brokerage firms.

- Undertake the functions tied to the different functional areas of a touristic business and institutions.

  Goals

  - 1. Know how to differentiate the types of travel agencies on the market today and the functions they perform. 2. Know the characteristics of tour operators and travel agencies. 3. Describe the operating procedure of tourism brokerage firms. 4. Learn to manage human resources and technical resources in a brokerage firm.

- Apply instrumental techniques in the analysis and resolution of business problems and the making of decisions.

  Goals

  - Study the usefulness of information and communication technology (ICT) in tourism distribution and analyse the changes that are occurring.

Degree-transversal competences

- Perform in accordance with rigor, personal commitment and quality orientation.

  Goals

  - Describe the operating procedure of tourism brokerage firms.

- Ability to organise and plan.
- Team work and leadership.

  Goals

  - Plan, draft and present phases of the production process of a package. .

- Be able to work and learn in an autonomous way and at the same time adequately interact with others through cooperation and collaboration.

  Goals

  - Describe the operating procedure of tourism brokerage firms.

Subject contents

Subject contents

1. Tourism brokeraging

- Historical trends intourism brokeraging.
- Function, role andposition of travel agencies.
- Classification and typesof travel agencies.
- Operating structure ofthe travel agency.
- Legal and economicconstitution of a travel agency.
- Sector business groups.
- Other types of touristbrokeraging: OPC, central reservations, etc.
- Associations for travelagencies.

2. Production management for tourism services

- The management of thebrokerage.
- Usual travel segments.
- Management of supply anddemand.
- Objectives and decisions in the supply of thebrokerage.
- Marketing anddistribution.

- Pricing management.
- Concepts and objectivesof distribution in the tourism system.

3. Structure andorganization of travel agencies

- Management concepts andfunctions.
- Human resources management.
- Organizational models.
- Information andcommunication management.
- Brokeraging in the saleof transportation, packages and other services.

4. New technologies inthe management of tourism brokeraging

- e-commerce
- Structure and function ofa GDS
- CRM practices
- New paradigm in the brokeraging
- Facilitate customer relationships through ICT
- Web 2.0

Methodology

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.

Development plan

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
1	**La intermediació turística** Introducció a la intermediació turística Evolució històrica de la intermediació turística.	Classe magistral	4	Estudi	6
2	**La intermediació turística** 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

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
3	**La intermediació turística** 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	**Gestió de la producció de serveis turístics** 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
5	**Gestió de la producció de serveis turístics** 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	Classe magistral i pràctiques	4	Estudi Casos pràctics Pràctiques	6
6	**Gestió de la producció de serveis turístics** 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	Classe magistral, i casos pràctics	4	Estudi Pràctiques	6

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
7	**Gestió de la producció de serveis turístics** Segments de viatgers habituals Repàs a. La intermediació turística b. Gestió de la producció de serveis turístics	Classe magistral, vídeo viatgers i pràctiques amb catàleg i casos	4	Estudi Casos pràctics Pràctiques	6
8	**Avaluació**	Prova objectiva de continguts	2	Estudi	3
9	**Gestió de la producció de serveis turístics** 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	Classe magistral, vídeos i pràctiques aula d'informàtica (inici treball en grup)	4	Estudi Pràctiques	6
10	**Gestió de la producció de serveis turístics** Fases i operacions en el procés de producció de viatges: Cotització del producte viatge	Classe magistral i casos pràctics	4	Estudi Casos pràctics	6
11	**Gestió de la producció de serveis turístics** 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	**Gestió de la producció de serveis turístics** 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	**Gestió de la producció de serveis turístics** Terrestre	Classe magistral i pràctiques	4	Estudi Cas pràctic	6
14	**Gestió de la producció de serveis turístics** Transport aeri i aquàtic	Classe magistral i pràctiques	4	Estudi Cas pràctic amb catàlegs	6

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
15	**Estructura i organització de les agències de viatges** Gestió dels recursos humans. Models organitzatius. Gestió de la informació i de la comunicació.	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

Evaluation

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	20	Setmana 8	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 17	O	I	La nota mínima per poder fer la mitjana ponderada amb la resta d'activitats és un 4.
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.	Pràctiques	10	Durant tot el semestre	O	I/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	10	Durant tot el semestre	O	I/G	

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

Aclariments

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

Bibliography

Recommended bibliography

- 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. Elimpacto en el factor precio*. Barcelona: Deusto