



Universitat de Lleida

DEGREE CURRICULUM
**ORGANIZATION AND
MANAGEMENT OF RETAILER
ENTERPRISES**

Coordination: MARTIN FUENTES, EVA

Academic year 2018-19

Subject's general information

Subject name	ORGANIZATION AND MANAGEMENT OF RETAILER ENTERPRISES			
Code	102616			
Semester	2nd Q(SEMESTER) CONTINUED EVALUATION			
Typology	Degree	Course	Character	Modality
	Double bachelor's degree: Degree in Business Administration and Management and Degree in Tourism (ADETUR)	3	COMPULSORY	Attendance-based
	Bachelor's Degree in Tourism	2	COMPULSORY	Attendance-based
Course number of credits (ECTS)	6			
Type of activity, credits, and groups	Activity type	PRAULA		TEORIA
	Number of credits	2.1		3.9
	Number of groups	1		1
Coordination	MARTIN FUENTES, EVA			
Department	BUSINESS ADMINISTRATION			
Important information on data processing	Consult this link for more information.			
Language	Catalan			
Office and hour of attention	Wednesday, From 17 to 19 h Thursday from 16.30 to 17.00 h			

Teaching staff	E-mail addresses	Credits taught by teacher	Office and hour of attention
MARTIN FUENTES, EVA	eva@aegern.udl.cat	6	

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 brokering

- Historical trends in tourism brokering.
- Function, role and position of travel agencies.
- Classification and types of travel agencies.
- Operating structure of the travel agency.
- Legal and economic constitution of a travel agency. Directive Bolkestein
- Sector business groups.
- Other types of tourist brokering: OPC, central reservations, etc.
- Associations for travel agencies.

2. Production management for tourism services

- The management of the brokerage.

- Usual travel segments.
- Management of supply and demand.
- Objectives and decisions in the supply of the brokerage.
- Marketing and distribution.
- Pricing management.
- Concepts and objectives of distribution in the tourism system.

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
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

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
4	<p>Gestió de la producció de serveis turístics</p> <p>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,</p> <ul style="list-style-type: none"> • 	Classe magistral i pràctiques amb catàleg	4	Estudi Casos pràctics	6
5	<p>Gestió de la producció de serveis turístics</p> <p>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>Gestió de la producció de serveis turístics</p> <p>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>Gestió de la producció de serveis turístics</p> <p>Segments de viatgers habituals Repàs</p> <ol style="list-style-type: none"> La intermediació turística Gestió de la producció de serveis turístics 	Classe magistral, vídeo viatgers i pràctiques amb catàleg i casos	4	Estudi Casos pràctics Pràctiques	6
9	Avaluació	Prova objectiva de continguts	2	Estudi	3

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
8	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	Classe magistral i pràctiques	4	Estudi Cas pràctic amb catàlegs	6
15	Gestió de la producció de serveis turístics 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

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	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.	Pràctiques a l'aula	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.

En cas que un/a estudiant acrediti documentalment la seva impossibilitat d'assistir a les activitats programades dins l'avaluació continuada (per treball remunerat, segona o ulterior matrícula de l'assignatura...) podrà optar per

una prova única de validació de competències i coneixements que es realitzarà el dia i en l'horari establert al calendari d'avaluació del Grau per a la prova final de l'avaluació ordinària. Aquesta prova consistirà en un examen escrit.

La sol·licitud d'aquesta modalitat avaluativa s'haurà de realitzar abans de 1 de març de 2017 amb acreditació documental i, un cop feta, no es podrà modificar.

D'acord amb l'art. 3.1 de la normativa d'avaluació de la UdL, l'estudiant no pot utilitzar, en cap cas, durant la realització de les proves d'avaluació, mitjans no permesos o mecanismes fraudulents. L'estudiant que utilitzi qualsevol mitjà fraudulent relacionat amb la prova i/o porti aparells electrònics no permesos, haurà d'abandonar l'examen o la prova, i quedarà subjecte a les conseqüències previstes en aquesta normativa o en qualsevol altra normativa de règim intern de la UdL.

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. El impacto en el factor precio*. Barcelona: Deusto