



Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE
**ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE
EMPRESAS DE
INTERMEDIACIÓN**

Año académico 2013-14

Información general de la asignatura

Denominación	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN
Código	102616
Semestre de impartición	2n Q Avaluació Continuada
Carácter	Obligatòria
Número de créditos ECTS	6
Créditos teóricos	0
Créditos prácticos	0
Departamento/s	Administració d'Empreses i Gestió Econòmica dels Recursos Naturals
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.
Idioma/es de impartición	Catalán
Horario de tutoría/lugar	Martes de 20 a 21 h Miércoles de 17.30 a 19.30 h Jueves 16 a 18 h

Eva Martin Fuentes

Objetivos académicos de la asignatura

Ver competencias

Competencias

Competencias estratégicas de la Universidad de Lleida

- Dominio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Objetivos

- Estudiar la utilidad de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la distribución turística y analizar los cambios que se están produciendo.
- Respeto a los derechos fundamentales de igualdad entre hombres y mujeres, a la promoción de los Derechos Humanos y a los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos.

- Corrección en la expresión oral y escrita

Objetivos

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

Competencias específicas de la titulación

- Aplicar técnicas instrumentales en el análisis y solución de problemas empresariales y en la toma de decisiones.

Objetivos

- Sin Traducir - 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.
- Crear y dirigir una empresa de servicios turísticos atendiendo y respondiendo a los cambios del entorno en el que opera.

Objetivos

- Sin Traducir - Saber gestionar els recursos humans i tècnics necessaris en una empresa d'intermediació.
- Sin Traducir - Descriure el procediment operatiu de les empreses d'intermediació turística.
- Desempeñar las funciones relacionadas en las distintas áreas funcionales de una empresa turística e instituciones.

Objetivos

- Saber diferenciar los tipos de agencias de viajes del mercado actual y las funciones que desarrollan.

Competencias transversales de la titulación

- Actuar en base al rigor, al compromiso personal y con orientación a la calidad.

Objetivos

- Sin Traducir - Saber planificar, redactar i presentar les fases del procés productiu d'un viatge combinat.
- Capacidad de organizar y planificar.

- Trabajo en equipo y liderazgo.

Objetivos

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

- Ser capaz de trabajar y de aprender de forma autónoma y simultáneamente interactuar adecuadamente con los demás, cooperando y colaborando.

Objetivos

- Sin Traducir - Descriure el procediment operatiu de les empreses d'intermediació turística.

Contenidos fundamentales de la asignatura

Contenidos de la materia

1. La intermediación turística

- Evolución histórica de la intermediación turística.
- Función, rol y posición de las agencias de viajes.
- Clasificación y tipología de las agencias de viajes.
- Estructura de explotación de la agencia de viajes.
- Constitución legal y económica de una agencia de viajes
- Grupos empresariales del sector
- Otros tipos de intermediación turística: OPC, centrales de reservas, etc.
- Asociaciones para las agencias de viajes

2. Gestión de la producción de servicios turísticos

- La gestión de la intermediación.
- Segmentos habituales de viajes.
- Gestión de la oferta y la demanda.

- Objetivos y decisiones de la oferta en la intermediación.
- Comercialización y distribución.
- Política de precios
- Conceptos y objetivos de la distribución en el sistematurístico.

3. Estructura y organización de las agencias de viajes

- Conceptos y funciones de la gestión.
- Gestión de los recursos humanos.
- Modelos organizativos.
- Gestión de la información y de la comunicación.
- La intermediación en la venta de medios de transporte, de viajes combinados y otros servicios.

4. Nuevas tecnologías en la gestión de la intermediación turística

- E-commerce
- Estructura y funcionamiento de un GDS
- Prácticas de CRM
- Nuevo paradigma en la intermediación
- Facilidad en las relaciones con el cliente gracias a las TIC
- Web 2.0

Ejes metodológicos de la asignatura

La metodología de esta asignatura es eminentemente práctica. Las bases teóricas que serán necesarias que el estudiante adquiera, se realizarán en clases magistrales utilizando métodos participativos, intentando despertar la capacidad de razonamiento del estudiante, tratando temas actuales de discusión y de análisis para promover el conocimiento por comprensión.

Las clases prácticas constarán también de estudio de casos, resolución de prácticas y conferencias de expertos.

Bibliografía y recursos de información

Bibliografía recomendada

- Albert, I. (2010). *Intermediación turística*. Barcelona: UOC
- Borja, L./ Gomis, JM (2009). *El nuevo paradigma de la intermediación turística*. Madrid: Pirámide.
- 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