



Universitat de Lleida

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

Año académico 2014-15

## Información general de la asignatura

<b>Denominación</b>	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN
<b>Código</b>	102616
<b>Semestre de impartición</b>	2n Q Avaluació Continuada
<b>Carácter</b>	Obligatòria
<b>Número de créditos ECTS</b>	6
<b>Créditos teóricos</b>	0
<b>Créditos prácticos</b>	0
<b>Horario de tutoría/lugar</b>	Martes y Miércoles de 17 a 19 h
<b>Departamento/s</b>	Administració d'Empreses i Gestió Econòmica dels Recursos Naturals
<b>Modalidad</b>	Presencial
<b>Información importante sobre tratamiento de datos</b>	Consulte <a href="#">este enlace</a> para obtener más información.
<b>Idioma/es de impartición</b>	Catalán
<b>Grado/Máster</b>	Grado en Turismo
<b>Horario de tutoría/lugar</b>	Martes y Miércoles de 17 a 19 h
<b>Dirección electrónica profesor/a (es/as)</b>	eva@aegern.udl.cat

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. La directiva Bolkestein
- 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.- Nuevas tecnologías en la gestión de la intermediación turística**

- Concepto y evolución del e-commerce. Las OTA's y los metabuscadores.
- Facilidad en las relaciones con el cliente gracias a las TIC - Marketing relacional
- Función de los CRM.
- La Web 2.0 y los medios sociales como nueva herramienta de promoción y relaciones públicas.

## **Ejes metodológicos de la asignatura**

La metodologia d'aquesta assignatura és eminentment pràctica. Les bases teòriques que seran necessàries que l'estudiant adquiereixi, 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.

## **Sistema de evaluación**

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, si se participa activamente en las presentaciones orales con preguntas será de un 3.

Objectius	Activitats d'Avaluació Criteris	%	Dates	O/V (1)	I/G (2)	Observacions
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.

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.

**Bibliografía y recursos de información**

## Bibliografía recomendada

- 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