



Universitat de Lleida

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

Coordinación: MARTIN FUENTES, EVA

Año académico 2017-18

Información general de la asignatura

Denominación	ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN			
Código	102616			
Semestre de impartición	2o Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
Carácter	Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
	Grado en Turismo	2	OBLIGATORIA	Presencial
Número de créditos ECTS	6			
Grupos	1GG			
Créditos teóricos	0			
Créditos prácticos	0			
Coordinación	MARTIN FUENTES, EVA			
Departamento/s	ADMINISTRACIO D'EMPRESSES			
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.			
Idioma/es de impartición	Catalán 50% Castellano 50%			
Horario de tutoría/lugar	Miércoles, de 17 a 19.30 h Jueves de 16.30 a 17.00 h			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica profesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
MARTIN FUENTES, EVA	eva@aegern.udl.cat	6	Jueves de 12.30 a 14 h Horas a convenir por correo electrónico

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. Gestió de la producció de serveis turístics

- La gestió de la intermediació.
- Segmentos habituals de viatges.
- Gestió de la oferta i la demanda.
- Objectius i decisions de la oferta en la intermediació.
- Comercialització i distribució.
- Política de preus
- Conceptes i objectius de la distribució en el sistema turístic.
- Mitjans de transport

Ejes metodològics de la 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.

Plan de desenvolupament de la assignatura

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 i 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	<p>La intermediació turística Classificació i tipologia. Estructura d'exploració 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.</p>	Classe magistral	4	Estudi Casos pràctics	6
4	<p>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,</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 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

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
6	<p>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</p>	Classe magistral, i casos pràctics	4	Estudi Pràctiques	6
7	<p>Gestió de la producció de serveis turístics 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	Avaluació	Prova objectiva de continguts	2	Estudi	3
8	<p>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</p>	Classe magistral, vídeos i pràctiques aula d'informàtica (inici treball en grup)	4	Estudi Pràctiques	6
10	<p>Gestió de la producció de serveis turístics 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	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

Sistema de evaluació

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	

Objectius	Activitats d'Avaluació Criteris	%	Dates	O/V (1)	I/G (2)	Observacions
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 2018 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.

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