



**PROGRAMA PLANEAMIENTO EDUCATIVO
DEPARTAMENTO DE DISEÑO Y DESARROLLO CURRICULAR**

		PROGRAMA			
		Código en SIPE	Descripción en SIPE		
TIPO DE CURSO		052	Bachillerato profesional		
PLAN		2008	2008		
SECTOR DE ESTUDIO		713	Turismo		
ORIENTACIÓN		40E	Alojamiento y Agencias de Viajes		
MODALIDAD			Presencial		
AÑO		3	Tercero		
TRAYECTO		---	---		
SEMESTRE		---	---		
MÓDULO		---	---		
ÁREA DE ASIGNATURA		580	Práctica profesional de Agencias de Viajes		
ASIGNATURA		31841	Taller Profesional de Agencias de Viajes		
ESPACIO o COMPONENTE CURRICULAR		Práctica profesional			
MODALIDAD DE APROBACIÓN		Exoneración			
DURACIÓN DEL CURSO		Horas totales: 128	Horas semanales: 4	Cantidad de semanas: 32	
Fecha de Presentación: 06/03/2017	Nº Resolución del CETP	Exp. Nº	Res. Nº	Acta Nº	Fecha __/__/__

FUNDAMENTACIÓN

El turismo ha demostrado ser una de las actividades económicas de mayor crecimiento en los últimos años, registrando un dinamismo superior, a escala global, que la mayor parte de los demás sectores ligados a la producción y servicios; en Uruguay se ha convertido en uno de los sectores de relevancia en la economía, por lo tanto es central para el desarrollo nacional.

El turismo como contenido de enseñanza contiene una potencialidad educativa para todos los niveles del sistema educativo, siendo una actividad económica que permite la inclusión social y el desarrollo local, un derecho de todos los ciudadanos y una revalorización de nuestra identidad nacional.

La asignatura “Taller Profesional de Agencias de Viajes” incluye el uso de tecnologías como la informática y en el empleo de metodologías propias de la planificación de productos con capacidad de responder a las necesidades de la demanda, por un lado, y a las exigencias de la competencia, por el otro, ya que nos vemos inmersos en un sector en constante crecimiento y debemos estar actualizados a estos cambios y nuevas metodologías de operación y venta, incluyendo en los objetivos brindar las herramientas y conocimientos que permiten manejar las técnicas que necesitamos para poder programar y cotizar circuitos atractivos, rentables y acordes a las necesidades de una demanda cada vez más diversa y exigente

OBJETIVO GENERAL

El temario desarrolla de una manera pormenorizada todos y cada uno de los elementos que resultan ser esenciales para el normal funcionamiento de una Agencia de Viajes y/o Tour-operador, desde su origen, pasando por sus requisitos de apertura, así como todos aquellos procedimientos y procesos de trabajo necesarios para sacar adelante esta tipología de negocio basado en la intermediación, organización y venta de servicios turísticos.

Las clases seguirán el temario detallado con un alto componente práctico en todas y cada una de las unidades que lo conforman, de tal manera que, una vez finalizada la asignatura el alumno pueda desenvolverse en el sector conociendo en gran medida, y a grandes rasgos los elementos que conforman el día a día de las Agencias de Viajes ya sean minoristas, mayoristas y/o Tour-operadores.

Asimismo se integrarán clases prácticas y teóricas con documentos de apoyo sobre la actualidad sectorial, supuestos prácticos a resolver por los alumnos, y el aprendizaje de la elaboración de un producto turístico para su puesta a disposición ante el cliente, apostando decididamente por una formación que busque la excelencia en la Atención al Cliente de Agencias de Viajes.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer el origen y requisitos necesarios para la puesta en marcha de una Agencia de Viajes y/o un Tour-operador.
- Conceptualizar la gestión front / back office en el sector de la intermediación turística.
- Desarrollar análisis sobre los procesos de gestión y servicios que se prestan en las Agencias de Viajes.
- Aplicar técnicas de Ventas en busca de la Excelencia en la Atención al Cliente.
- Iniciación a los GDS: Amadeus y Sabre.

CONTENIDOS PROGRAMÁTICOS

1.- LAS AGENCIAS DE VIAJES: CONCEPTO, FUNCIONES Y CARACTERIZACIÓN:

- 1.1.- CONCEPTO DE AGENCIA DE VIAJES.
- 1.2.- ORIGEN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y LOS TOUR-OPERADORES.
- 1.3.- CLASIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES.
- 1.4.- TIPOLOGÍA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES.
- 1.5.- REQUISITOS LEGALES PARA LA CREACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES.
- 1.6.- OTROS CONCEPTOS DE INTERÉS.

- 1.7.- FUNCIONES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES.
- 1.8.- ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.
- 1.9.- DECRETO 3/997 DE AGENCIAS DE VIAJES DEL URUGUAY.
- 1.10.- CÓDIGOS DE CIUDADES, AEROPUERTOS Y COMPAÑÍAS AÉREAS.
- 1.11.- TÉRMINOS Y/O LENGUAJE TURÍSTICO UTILIZADO POR LAS AGENCIAS DE VIAJES.

2.- PRODUCTO TURÍSTICO:

- 2.1.- ACTIVIDAD TURÍSTICA EMISORA: AGENCIAS EMISORAS.
- 2.2.- PAQUETE TURÍSTICO.
- 2.3.- TIPOLOGÍA DEL CONJUNTO DE PAQUETES TURÍSTICOS.
- 2.4.- CARACTERIZACIÓN DEL PAQUETE TURÍSTICO.
- 2.5.- CREACIÓN Y DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS.
- 2.6.- CONCEPTUALIZACIÓN DEL CATÁLOGO DE VIAJES: FOLLETOS TURÍSTICOS.
- 2.7.- ACTIVIDAD TURÍSTICA RECEPTIVA: AGENCIAS RECEPTIVAS.
- 2.8.- TIPOLOGÍA DEL RECEPTIVO.

3.- TOUR-OPERADORES:

- 3.1.- SURGIMIENTO DE LA FIGURA DEL TOUR-OPERADOR.
- 3.2.- PRINCIPALES FACTORES QUE EXPLICAN SU ÉXITO.
- 3.3.- LOS TOUR-OPERADORES EN URUGUAY Y LA REGIÓN.
- 3.4.- LA TENDENCIA HACIA LA INTEGRACIÓN EN EL SECTOR.

4.- RELACIONES DE INTERMEDIACIÓN CON PROVEEDORES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES:

- 4.1.- ALOJAMIENTOS.
- 4.2.- SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.
- 4.3.- SEGUROS DE ASISTENCIA AL VIAJERO.
- 4.4.- ALQUILER DE AUTOS.

5.- MEDIOS DE TRANSPORTE:

5.1.- LOS VIAJES AÉREOS (Aviones regulares y Charters).

5.2.- LOS VIAJES MARÍTIMOS (Cruceiros, Ferrys, etc.).

5.3.- LOS VIAJES TERRESTRES (Tren, buses, auto, etc.).

6.- LA EXCELENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS AGENCIAS DE VIAJES:

6.1.- TÉCNICAS DE VENTA.

6.2.- TIPOLOGÍA DE CLIENTE.

6.3.- CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE.

7.- FUENTES DE INFORMACIÓN:

7.1.- INTERNA.

7.2.- EXTERNA.

8.- DESARROLLO DE LAS TIC EN FAVOR DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y LOS TOUR-OPERADORES:

8.1.- GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEMS (GDS).

8.2.- CRS.

8.3.- INICIACIÓN TEÓRICA A AMADEUS Y SABRE.

8.4.- LAS RESERVAS ON LINE DE HOTELES, TRENES, CRUCEROS.

9.- DOCUMENTACIÓN:

9.1.- DOCUMENTOS E IMPRESOS INTERNOS.

9.2.- DOCUMENTOS E IMPRESOS EXTERNOS NECESARIOS EN UNA AGENCIA DE VIAJES.

10.- PRICING:

10.1.- PREPARACIÓN DE PRESUPUESTOS.

10.2.- AD SELLING (Anuncio de venta).

11.- TENDENCIAS DEL SECTOR DE LAS AGENCIAS DE VIAJES:

11.1.- INTRODUCCIÓN: LA ADECUACIÓN DE INTERNET A LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

11.2.- EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL SECTOR DE VIAJES.

11.3.- LA AGENCIA DE VIAJES VIRTUAL.

11.4.- EL BACK OFFICE O TRASTIENDA.

PROPUESTA METODOLÓGICA

Las clases serán teórico-prácticas, adoptando diferentes estrategias metodológicas según el tema lo requiera, entre ellas:

- Clase Magistral o exposición didáctica.
- Dinámica de grupos.
- Metodología mediática o interactiva con la proyección de videos y utilización de sistemas de información on-line en internet.
- Power Point sobre temas dados.
- Lectura y análisis de Manuales de Venta de diferentes operadores mayoristas.

CLASES PRÁCTICAS: Las mismas se realizarán utilizando los GDS's: Amadeus y Sabre, utilizando los convenios vigentes y a ser formalizados con el Consejo de Educación Técnico Profesional.

Se deberán realizar o acreditar ante el docente de Taller, al menos 40 horas de práctica (pasantías remuneradas o no, experiencia laboral en el área). En el caso de que estos espacios no logren concretarse, el docente de taller deberá asegurar los mecanismos para evaluar los aprendizajes.

EVALUACIÓN

La evaluación incluirá la realización de tres (3) instancias formales de evaluación, distribuidas a lo largo del año lectivo. Asimismo, se tomarán en cuenta las actuaciones orales de los estudiantes y, si existe, la calificación otorgada por el/la referente de la

pasantía o práctica laboral. Todo el proceso de evaluación se registrará por el REPAG, correspondiente a los Bachilleratos Profesionales.

BIBLIOGRAFÍA

- ROBERTO BOULLON (CALIDAD TURÍSTICA EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, EDICIONES TURÍSTICAS, Barcelona, España, 1º Edición 2003.
 - MIGUEL ÁNGEL ACERENZA – AGENCIAS DE VIAJES ORGANIZACION Y OPERACION, EDITORIAL TRILLAS, México, 5º Edición 2007.
 - MARÍA DE LOS ÁNGELES GONZÁLEZ COBREROS - FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y GESTIÓN PRÁCTICA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES, EDITORIAL SÍNTESIS, Madrid, España, 1º Edición 2014.
 - LEONARD LICKORISH Y CARSON JENKINS – UNA INTRODUCCIÓN AL TURISMO – EDITORIAL SÍNTESIS, Madrid, España, 1º Edición 2013.
 - JUAN IGNACIO PULIDO FERNÁNDEZ – ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS – EDITORIAL SÍNTESIS, Madrid, España, 2º Edición 2015
 - REGINA G. SCHLÜTER – TURISMO, UNA PERSPECTIVA EMPRESARIAL – EDITORIAL CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS TURÍSTICOS, Buenos Aires, Argentina, 1º Edición 2003.
 - MANUAL DE CAPACITACIÓN DE AMADEUS.
 - MANUAL DE CAPACITACIÓN DE SABRE.
-