



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS**  
**PLAN DE ESTUDIOS 2004 – PE: ADMINISTRACIÓN**  
**OPTATIVAS**

**ASIGNATURA: ADMINISTRACIÓN DE AGENCIA DE VIAJES**

ÁREA:	ADMINISTRATIVA-CONTABLE	CLAVE:	
ETAPA FORMATIVA:	BÁSICA GENERAL	TOTAL HRS. SEMANA:	5
DURACIÓN:	SEMESTRAL	HRS. TEÓRICAS:	2
TIPO DE CURSO:	OPTATIVA	HRS. PRÁCTICAS:	3
REQUISITOS:	NINGUNO	CRÉDITOS:	7

**OBJETIVO GENERAL**

AL FINALIZAR EL CURSO EL ALUMNO EXAMINARÁ LOS ELEMENTOS QUE CONSTITUYE EL ÁMBITO ADMINISTRATIVO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y ANALIZARÁ SU RELACIÓN CON OTRAS EMPRESAS Y ORGANISMOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURISTICOS

TEMÁTICA	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	SUGERENCIAS DIDÁCTICAS	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS
<p>1. ORGANIZACIÓN DE LA AGENCIA DE VIAJES.</p> <p>1.1 Las agencias de viajes</p> <p style="padding-left: 20px;">1.1.1 Funciones de las agencias de viajes.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.1.2 Tipos de agencias de viajes.</p> <p>1.2 La oferta de intermediación nacional.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.2.1 Introducción al sector de las agencias de viajes.</p> <p>1.3 Las agencias de viajes y su entorno.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.3.1 Definición y clasificación.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.3.2 Situación actual.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.3.3 Tendencias del mercado.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno podrá conocer y definir qué es una agencia de viajes, identificar sus características, tipos y funciones, y analizar el escenario actual que enfrenta y su proyección en el mercado.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar la definición de agencia de viajes.</li> <li>- Utilizar sus características para identificar su clasificación.</li> <li>- Distinguir y analizar cada una de sus funciones.</li> <li>- Establecer el escenario que enfrenta en el mercado.</li> </ul>	<p>E.M. E.P. M.A. V.C.</p>	<p>Libros: 4, 7</p>

<p>2. DEFINICIÓN DE ESTRATÉGIAS DE VENTAS.</p> <p>2.1 El comportamiento del consumidor/usuario.</p> <p>2.2 Factores que influyen en la conducta de compra.</p> <p>2.2.1 Las necesidades del consumidor/usuario.</p> <p>2.2.2 Las motivaciones.</p> <p>2.2.3 Los factores de influencia externos.</p> <p>2.3 Los estilos de vida.</p> <p>2.4 El proceso de decisión de compra.</p> <p>2.5 La segmentación del mercado.</p> <p>2.5.1 Ventajas de la segmentación.</p> <p>2.5.2 Condiciones de una segmentación eficaz.</p> <p>2.5.3 Diferentes enfoques de la segmentación de mercados.</p> <p>2.5.4 El proceso de segmentación.</p> <p>2.5.5 Segmentación del mercado del turismo vacacional.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno reconocerá los términos usados en el sector turístico e identificará, analizará y comparará las nociones básicas que un agente de viajes utiliza en su desempeño cotidiano en base a las estrategias de ventas.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar la relación que mantienen las diferentes estrategias.</li> <li>- Conocer las mejores formas de obtener una ventaja competitiva basada en la diferenciación del servicio de una agencia de viajes respecto de las ofertas de los rivales.</li> </ul>	<p>E.M. E.P. M.A.</p>	<p>Libros: 3, 6, 8, 9</p>
<p>3. CONTROL ADMINISTRATIVO.</p> <p>3.1 Administración en los servicios.</p> <p>3.2 La identidad corporativa y la imagen de marca.</p> <p>3.3 La publicidad.</p> <p>3.3.1 La campaña de publicidad.</p> <p>3.3.2 El control publicitario</p> <p>3.3.3 Los medios publicitarios.</p> <p>3.4 Las promociones de ventas.</p> <p>3.5 El marketing directo.</p> <p>3.6 El marketing social</p> <p>3.7 Las ventas.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno comprenderá la administración en una empresa de servicios, así como la aplicación de las etapas del proceso administrativo</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicar las etapas del proceso administrativo en una empresa de servicios.</li> <li>- Analizar la administración de una empresa de servicios y sus necesidades.</li> <li>- Conocer cada una de las áreas de la empresa de servicios.</li> </ul>	<p>E.M. M.A. E.P.</p>	<p>Libros: 3, 5, 6</p>

<p>4. LÍNEAS ÁEREAS.</p> <p>4.1 Alfabeto fonético o lineal</p> <p>4.2 Aeropuertos nacionales.</p> <p>4.2.1 Ubicación geográfica.</p> <p>4.2.2 Nomenclatura.</p> <p>4.3 Tipos de viaje.</p> <p>4.4 Tipos de pasajero.</p> <p>4.5 Equipaje.</p> <p>4.5.1 Tipos de equipaje.</p> <p>4.5.2 Transporte de mascotas.</p> <p>4.5.3 Artículos prohibidos.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, podrá identificar y analizar las correspondencias entre las líneas aéreas y las agencias de viajes y su derivación en la validación y elaboración de los documentos que se generan en las transacciones de las empresas.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar las características de las aerolíneas y sus funciones.</li> <li>- Analizar las relaciones entre las aerolíneas y las agencias de viaje.</li> <li>- Analizar los tipos de viajes y pasajeros.</li> </ul>	<p>E.M. M.A. E.P.</p>	<p>Libros: 4, 6</p>
<p>5. COMISIONISTAS.</p> <p>5.1 Conceptos.</p> <p>5.2 Contrato de comisión.</p> <p>5.3 Responsabilidades del comisionista.</p> <p>5.4 Funciones del comisionista.</p> <p>5.5 Tipos de comisionista.</p>	<p>Al finalizar esta unidad el alumno analizará y evaluará la importancia de los comisionistas.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar los contratos de comisión.</li> <li>- Describir los tipos de comisionista.</li> <li>- Describir las responsabilidades y funciones del comisionista.</li> </ul>	<p>E.M. M.A. E.P.</p>	<p>Libros: 1, 3, 8</p>
<p>6. ASOCIACIONES.</p> <p>6.1 Conceptos.</p> <p>6.2 Tipos de Asociaciones.</p> <p>6.3 Funciones de las Asociaciones.</p> <p>6.4 Importancia de las Asociaciones Nacionales e Internacionales.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno explicará la importancia y tipos de Asociaciones Nacionales e Internacionales.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar las funciones que desempeñan las Asociaciones.</li> <li>- Identificar los tipos de Asociaciones Nacionales e Internacionales.</li> </ul>	<p>E.M. M.A. E.P.</p>	<p>Libros: 1, 3, 5</p>

<p>7. SECRETARÍAS (LICENCIAS Y DOCUMENTOS).</p> <p>7.1 Regulaciones y relaciones.</p> <p>7.2 Requisitos.</p> <p>7.3 Validación de documentos.</p> <p>7.4 Elaboración de documentos.</p> <p>7.5 La oferta turística.</p> <p>7.5.1 Los recursos turísticos.</p> <p>7.5.2 Las empresas turísticas.</p> <p>7.6 La demanda turística.</p> <p>7.6.1 El turismo internacional.</p> <p>7.7 La importancia económica del turismo.</p> <p>7.8 El turismo y las administraciones públicas.</p> <p>7.8.1 La administración Nacional.</p> <p>7.8.2 La administración Estatal.</p> <p>7.8.3 La administración Municipal.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno conocerá y analizará los aspectos fundamentales que regulan y se requieren para la creación de una agencia de viajes.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar los requisitos fundamentales para dar de alta a una agencia de viajes.</li> <li>- Analizar la oferta y demanda turística.</li> <li>- Analizar la importancia económica del turismo.</li> </ul>	<p>E.M. I.A. M.A. V.C.</p>	<p>Libros: 1, 3, 5, 7, 9</p>
<p>8. AFIANZADORAS Y ASEGURADORAS.</p> <p>8.1 Conceptos.</p> <p>8.2 El contrato de seguro.</p> <p>8.2.1 Elementos esenciales del contrato de seguro.</p> <p>8.3 El contrato de fianza.</p> <p>8.3.1 Elementos esenciales del contrato de fianza.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno conocerá y analizará los fundamentos teóricos y prácticos del seguro y de la fianza en relación con los servicios que ofrecen las agencias de viajes.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar los requisitos fundamentales para contratar seguros con relación a los servicios de las agencias de viajes.</li> <li>- Identificar los requisitos fundamentales para contratar fianzas para los servicios ofrecidos por las agencias de viajes.</li> </ul>	<p>E.M. M.A. E.P.</p>	<p>Libros: 1, 3, 7</p>

<p>9.- PROVEEDORES.</p> <p>9.1 El precio para la empresa y para el comprador.</p> <p>9.2 Los precios en función de la demanda.</p> <p>9.3 Los precios en función del consumidor / usuario.</p> <p>9.4 Los precios en función de los costos.</p> <p>9.5 Las decisiones sobre modificación de precios.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno conocerá y analizará la importancia de los proveedores en las agencias de viajes.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar los precios en función a la demanda.</li> <li>- Analizar las necesidades de los consumidores y usuarios.</li> <li>- Analizar la importancia de los costos.</li> </ul>	<p>E.M. M.A. E.P.</p>	<p>Libros: 2, 3, 6, 8</p>
<p>10. CAMARAS.</p> <p>10.1 Conceptos.</p> <p>10.2 Tipos de Cámaras.</p> <p>10.3 Requisitos de afiliación.</p> <p>10.4 Importancia de las Cámaras.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno conocerá y analizará los aspectos fundamentales de las Cámaras Nacionales.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar los requisitos fundamentales para afiliarse a las Cámaras.</li> <li>- Analizar la importancia de las Cámaras.</li> </ul>	<p>E.M. I.A. M.A. E.P.</p>	<p>Libros: 2, 3, 6</p>
<p>11. INVENTARIOS.</p> <p>11.1 El producto / servicio.</p> <p>11.1.1 El producto turístico.</p> <p>11.1.2 Componentes del producto turístico.</p> <p>11.1.3 El ciclo vital del producto.</p> <p>11.2 El posicionamiento.</p> <p>11.2.1 Fases y objetivos del posicionamiento.</p> <p>11.3 La gestión de la calidad en el servicio.</p> <p>11.3.1 Productos de consumo frente a servicios.</p> <p>11.3.2 Calidad en el servicio.</p>	<p>Al finalizar esta unidad, el alumno conocerá e identificará un inventario turístico.</p> <p>El alumno será capaz de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Explicar los requisitos fundamentales para elaborar un inventario turístico.</li> <li>- Analizar la importancia de la calidad del servicio, así como sus ventajas.</li> </ul>	<p>E.M. I.A. M.A. E.P.</p>	<p>Libros: 1, 2, 3, 6, 9</p>

<b>PERFIL PROFESIOGRAFICO DEL DOCENTE</b>
<p>ESTUDIOS REQUERIDOS: Licenciado en administración, Turismo o Mercadotecnia, dominio del idioma inglés. Manejo de sistemas de cómputo enfocados al turismo y mercadotecnia.</p> <p>EXPERIENCIA PROFESIONAL DESEABLE: Dos años de Experiencia en la administración de empresas turísticas especialmente en agencias de viajes.</p> <p>OTROS REQUERIMIENTOS: Tener experiencia docente en el área.</p>
<b>RECURSOS DIDÁCTICOS</b>
<p>Programas para presentaciones (PowerPoint)</p> <p>Retroproyector</p> <p>Cañón</p> <p>Rotafolio</p>
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>
<p>Evaluaciones durante el semestre</p> <p>Participaciones en clase</p> <p>Tareas de casa</p> <p>Investigación sobre temas específicos</p> <p>Exposiciones orales de temas del programa</p> <p>Resolución de casos prácticos</p> <p>Asistencia puntual a clase durante el periodo semestral</p>
<b>BIBLIOGRAFÍA BÁSICA</b>
<p>1.- ALBERT Blasco, <i>Turismo y Transporte</i>, España, Editorial Síntesis, 1ª Edición, 2002, 217 pp.</p> <p>2.- BOULLON Robert, <i>Las Actividades Turísticas y Recreativas</i>, México, Trillas, 5ª Edición, 2002, 199 pp.</p> <p>3.- BOULLON Robert, <i>Planeación del Espacio Turístico</i>, México, Trillas, 3ª Edición, 2003, 245 pp.</p> <p>4.- DE LA TORRE Francisco, <i>Agencia de Viajes y Transporte</i>, México, Trillas, 5ª Edición, 2002, 236 pp.</p> <p>5.- FOSTER L. Dennis, <i>Agencia de Viajes y Operación</i>, Traducción Jesús Ignacio Quirarte Castañeda, USA, Mc Graw Hill, 1994, 250 pp.</p>
<b>BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA</b>
<p>6.- ACERANZA, Miguel Ángel, <i>Agencias de Viajes, Organización y Operación</i>, México, Trillas, 1990, 191 pp.</p> <p>7.- SECRETARÍA DE TURISMO, <i>Administración y Estructura de las Agencias de Viajes</i>, México, Limusa, 1991, 127 pp.</p> <p>8.- CABARCOS NOVAS, Noelia, <i>Promoción y Ventas de Servicios Turísticos, Comercialización de Servicios Turísticos</i>, Editorial Ideas propias, 1ª Edición, 2006.</p> <p>9.- IGLESIAS TOVAR, J. Ramón, <i>Comercialización de Productos y Servicios Turísticos</i>, Editorial Síntesis, 2ª Edición 2007.</p>

#### CLAVE DE SUGERENCIAS DIDÁCTICAS

E.M. EXPOSICIÓN DEL MAESTRO  
 C.L. CONTROL DE LECTURAO  
 I.A. INVESTIGACION POR PARTE DE LOS  
 ALUMNOS

E.D. EXPOSICIÓN DIALÉCTICA  
 M.A. MATERIAL AUDIOVISUAL  
 V.C. VISITA DE CAMPO  
 E.A. EXPOSICIÓN DE LOS ALUMNOS

E.P. EJERCICIO PRÁCTICO  
 P.R. PREGUNTAS Y RESPUESTAS  
 D.T. DISCUSIÓN DE TEMAS  
 C.D. CONFERENCIA DIALÉCTICA