

Creación y gestión
de proyectos de
agencias de viajes
Grado en Turismo



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Creación y gestión de proyectos de agencias de viajes

Titulación: Grado en Turismo

Carácter: Optativa

Idioma: Castellano

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Prof. Leslie Bravo Chew

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.1. Competencias

Competencias generales

CG 2. Motivación por la calidad de los servicios prestados

CG 3. Compromiso ético con los clientes y las empresas

CG 4. Capacidad para la solución de problemas

CG 7. Desarrollo de trabajo en equipo

CG 10. Ejercicio de la actividad laboral en equipos interdisciplinares

Competencias específicas

CE 7. Gestionar los recursos financieros en cuanto al desarrollo y explotación de las empresas turísticas. Conocer las principales fuentes de financiación que permitan tomar decisiones en las inversiones de una actividad turística. Aplicar una adecuada metodología para la planificación y gestión financiera de una empresa del sector.

CE 8. Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales. Conocer y aplicar los conceptos y las teorías del marketing turístico, plan comercial y todo lo relacionado con oferta, demanda, producto y precio.

CE 9. Conocer y manejar con soltura los conceptos relativos a la creación, dirección e innovación de la empresa turística así como sus distintos modelos. Ser capaz de planificar y organizar los diferentes departamentos de una empresa aplicando los principios básicos de la dirección estratégica empresarial.

CE 14. Gestionar el crecimiento turístico bajo los condicionantes del desarrollo sostenible. Conocer los principios básicos de la sostenibilidad. Relacionar estos conocimientos con la actividad turística diseñando estrategias de desarrollo turístico sostenible.

CE 16. Conocer el procedimiento operativo del ámbito de la intermediación turística comprender los procesos que intervienen así como la relación entre ellos y los usuarios.

1.2. Resultados de aprendizaje

El estudiante demostrará conocer las técnicas que la empresa turística requiere para posicionarse en un escenario internacional competitivo, complejo, multicultural y lleno de oportunidades como es el del sector y la empresa turística. Demostrará, así mismo, y por medio de la resolución de casos prácticos, trabajos de investigación y pruebas objetivas, conocer y

manejar las herramientas para el análisis, la contratación, distribución y los procesos que intervienen en los agentes implicados en las actividades turísticas a nivel local y global.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno en especial

2.2. Descripción de los contenidos

La asignatura prepara al alumno en las diferentes etapas que integran el desarrollo de un proyecto de distribución turística, dotándole de los instrumentos técnicos y experiencias para conseguir, que la elección de los componentes del proyecto sean los adecuados (localización, dimensión, inversión, financiación, etc.).

2.3. Contenido detallado

Aspectos generales de la formulación y evaluación de proyectos.

La creación y puesta en marcha de una agencia de viajes.

Fases para el desarrollo de un proyecto.

Definición del tipo de agencia. Visión del proyecto.

Análisis del mercado externo e interno: Macroentorno; Competencia; Clientes; Ubicación

Plan Estratégico, Plan de Marketing, Plan de Operaciones, Estructura, Trámites de apertura

Plan Económico-Financiero de Viabilidad

Gestión de proyectos.

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares:

Actividad Dirigida 1 (AD1): Creación y puesta en marcha de agencia de viajes.

2.5. Actividades formativas

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	% de PRESENCIALIDAD
Clases de taller teórico-prácticas	45	30
Tutorías	10	6.6
Estudio Individual	45	30
Trabajo de asignatura	50	33.3

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

- 0 - 4,9 Suspenso (SS)
- 5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
- 7,0 - 8,9 Notable (NT)
- 9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Participación, prácticas, proyectos o trabajo de asignatura	50%
Prueba parcial	0%
Examen final	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Presentación de trabajos y proyectos (Prácticas individuales y trabajo en equipo)	30%
Examen final	70%

3.3. Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Albert, I. (2015) Gestión, Productos y Servicios de las Agencias de Viajes. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.

Llorente Olier,, J. I. (2013). Análisis de viabilidad empresarial. Centro de Estudios Financieros, D.L.

Medina Hernández, U. (2010). Gestión financiera de actividades turísticas. Pirámide

Bibliografía recomendada

Alcántara, A. (2017). Vivir de los viajes: Cómo diseñar tu agencia de viajes de éxito y vivir de tu pasión. Alvaro Alcántara.

Martín Rojo, I. (2020). Dirección y gestión de empresas del sector turístico. Madrid: Pirámide.

Solé, L. y Gomis, J. M. (2009). El nuevo paradigma de la intermediación turística. Madrid: Pirámide