



**Provincia de Buenos Aires - Dirección General de Cultura y Educación -
Dirección de Educación Superior Instituto Superior de Formación Docente y
Técnica N° 46 “2 de abril de 1982”
Sede: Pueyrredón 1250 - Sub-sede: Pueyrredón 914 - Ramos Mejía - La Matanza
www.instituto46.edu.ar - @instituto.46**

CARRERA: TÉCNICO SUPERIOR EN TURISMO

ESPACIO CURRICULAR:

EDI: TALLER DE AGENCIA DE VIAJES APLICANDO NUEVAS
TECNOLOGIAS

CURSO: 3 AÑO

CANTIDAD DE MODULOS SEMANALES: 2

DOCENTE: BÁRBARA MARIEL DÍAZ

CICLO LECTIVO: 2025

Fundamentación

El **turismo** en sí mismo concierne al ser humano y lo enriquece a través de la cultura, la sensibilización medioambiental, promueve las relaciones interpersonales, la empatía social y la cooperación. Además, otro factor que encontramos en estos últimos años son las redes sociales que se han convertido en una herramienta que permite el aprendizaje colaborativo e involucra espacios de intercambio de información.

Esta industria mueve además otras “satélites” como lo son la venta de productos locales, artesanales, servicios de transporte, hospedaje y gastronómicos, por citar algunos, que favorecen en su conjunto al desarrollo de las economías regionales.

Para entender y trabajar sobre todos los aspectos activos del **turismo**, nuestros alumnos mediante el EDI de 3 año: TALLER DE AGENCIA DE VIAJES APLICANDO NUEVAS TECNOLOGIAS, tendrán una actividad dinámica, de desafíos constantes que requiere de la formación profesional ; que pueda abordar la realidad turística desde una perspectiva amplia, articulando permanentemente la teoría y la práctica.

El profesional idóneo debe ser capaz de conocer las problemáticas propias de la actividad, y poder de esta manera actuar sobre la realidad con un sentido crítico. El espacio curricular se centrará en el diseño de una agencia de viajes posicionándola en el mercado a través de diferentes medios;(redes sociales, publicidad tradicional). El alumno deberá resolver situaciones problemáticas mediante trabajos prácticos y actividades que facilitaran el día de mañana su desempeño en una Agencia de Turismo.

CONTENIDOS CONCEPTUALES:

EJE 1:

- Agencias de Viajes concepto. Organización y Estructura Funcional. Tipos de Agencias de Viajes. Leyes y normativas vigentes. Productos ofrecidos por una agencia de viajes. Intermediación de servicios turísticos.
- Infraestructura turística. Generalidades. Transportes. Análisis de los mismos. Sistemas de transportes. Progreso de los transportes. Transporte aéreo Finalidad. Origen de la actividad. Requisitos del transporte aéreo. Aeropuertos Internacionales y de Cabotaje. Características y legislación: Estandarización de los documentos de tráfico. Visa pasaportes, vacunas. Embajadas y Consulados, su función para con el turista.
- Transporte terrestre: Transportes por carretera: Colectivos y Automóviles. Reservas Generalidades. Cruceros: orígenes de la actividad. Reservas,

modalidades, itinerarios más importantes. El crucero como atractivo Turístico.
Reservas. Capacitación con operadora

- Bibliografía : ESTADO Y TURISMO. Autor Oscar Frávega. HISTORIA DEL TURISMO, Autor Garay Tamajon, Luis Alfonso, Universidad Autónoma de Barcelona, España 2001.
- “Transporte Aéreo y turismo “. Ediciones turísticas SANCHO, Amparo (2010) WALLINGRE, Noemí (2003),
- Ley Nacional de Turismo. Registro de Idóneos. Registro de agencia de viajes.
- APUNTES DEL PROFESOR

EJE 2

- Infraestructura turística Contratos de Viajes. Asistencia al viajero. Asistencia Médica. Autorizaciones de Viajes. Alquileres de autos. Seguros: Pólizas. Defensa al consumidor turística. Contratos de transporte. Capacitación con comercial de asistencia al viajero.
- La combinación promocional. Características operacionales de los componentes de la promoción con respecto al mercado y al producto. Cotizaciones. Pedidos de servicios, comisiones, contratos.

Bibliografía : APUNTES DEL PROFESOR

- MERCADOTECNIA TURISTICA. Autor J.C. Holloway. R. V. Plant
-PAGINAS RELACIONADAS AL SECTOR
<https://ladevi.com.ar/> <https://www.faevyt.org.ar/>

EJE 3

- La Industria Hotelera. La empresa hotelera y su organización. Definición. Organigramas. Tipos de Hoteles. Concepto de servicio. Categorización. Características y diferencias. La nueva hotelería: hoteles balnearios, spa, hoteles temáticos y otros alojamientos. Capacitación con representante hotelero.
- Características de la oferta turística. Canales comerciales de una Agencia de Viajes. Recursos de ventas. Redes Sociales. Blogs y publicaciones en medios digitales. Promoción y Ventas (marketing en la red, tarjetas, bases de datos, ferias, encuentros y workshops). Merchandising. Paquetes promocionales, folletos. – capacitación con influencer/cm/agencias minoristas

- Bibliografía: INTRODUCCION A LA TEORIA Y TECNICA DEL TURISMO. Autor: Luis Fuster. Alianza Universidad Textos. Madrid.
- INTRODUCCION A LA INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD. Autor: Denis Foster. Mc. Graw Hill. Serie de Turismo.
- MANCUSI, Diego (2001) Gestión ambiental para hoteles sustentables Gerencia Ambiental N° 77 | Año 8 | Agosto
- Ley Nacional 18828/70 de Hotelería
- "Marketing turístico". Prentice-Hall Hispanoamericana. México . KOTLER, Philip, (2012)

Trabajo interdisciplinario entendiendo a la actividad turística-hotelera como un sistema turístico.

EJE 4: Presentación de un producto turístico promocionando en las redes. Organización. Capacitaciones en Agencias de viajes y hoteles. Evaluación. Criticas.

Presupuesto de tiempo:

Abril- Mayo: EJE 1

Junio y Julio: EJE 2

Semanas de virtualidad sincrónica:

Mayo: viernes 30

Junio: viernes 27

1ºParcial

Agosto, Septiembre y Octubre: EJE 3

Noviembre: EJE 4

Semanas de virtualidad sincrónica:

Octubre: viernes 03 y 31

2º Parcial

-Evaluación:

En relación a la asistencia

Para alcanzar la regularidad en esta unidad curricular, el estudiante deberá reunir:

- 60% asistencia a clases, con las excepciones legales correspondientes. El que no alcanzare el porcentaje requerido por razones de trabajo, enfermedad prolongada o maternidad, deberá obtener una asistencia a las mismas del 50% como mínimo.

- 80% de trabajos prácticos aprobados. Se evaluará también la asistencia, puntualidad y participación del alumno en el espacio curricular.
Aprobar los dos (2) parciales, con nota 7 (siete) o mas y con la posibilidad de sus respectivos recuperatorios.
- Materia Promocional

-CRITERIOS DE EVALUACION

a) Se evaluará al alumno con un parcial escrito del Eje 1y 2 en el primer cuatrimestre. Siendo el eje 3 y 4 evaluadas en el segundo cuatrimestre de forma escrita con nota igual o superior a 7.

Interpretación de consignas. Expresión y comunicación oral y escrita

El estudiante que no lograre alcanzar la regularidad, tendrá que recurrar la materia.

-INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

- Trabajos Prácticos: escritos individuales o grupales con exposición oral.
- Evaluaciones parciales: - escrita

-Impacto en el espacio de la práctica

Como ya se mencionó, desde la cátedra se promoverá la articulación de las instancias teórico formativas con taller, articulando con las materias de práctica profesional y hotelera, además de con aquellas que hagan al proceso de formación o a la implementación de los conocimientos adquiridos. Para ello se promoverán los espacios de encuentro necesarios, realizando los acuerdos que fuera necesario.

Se promoverá además la organización de actividades abiertas en forma conjunta, como charlas, debates y otras actividades que se consideren pertinentes.