



Asignatura: DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA
Código: 19515
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Titulación: GRADO EN TURISMO
Nivel: GRADO
Tipo: OBLIGATORIA
Nº. de Créditos: 6 ECTS

1. ASIGNATURA / **COURSE TITLE**

DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA/ TOURIST INTERMEDIATION COMPANIES MANAGEMENT

1.1. Código / **Course number**

19515

1.2. Materia/ **Content area**

DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA/ TOURIST INTERMEDIATION COMPANIES MANAGEMENT

1.3. Tipo / **Course type**

OBLIGATORIA/COMPULSORY

1.4. Nivel / **Course level**

GRADO/BACHELOR

1.5. Curso / **Year**

3º

1.6. Semestre / **Semester**

1º

1.7. Número de créditos / **Credit allotment**

6 ECTS

1.8. Requisitos previos / **Prerequisites**

NO EXISTEN/NONE



Asignatura: DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA
Código: 19515
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Titulación: GRADO EN TURISMO
Nivel: GRADO
Tipo: OBLIGATORIA
Nº. de Créditos: 6 ECTS

1.9. Requisitos mínimos de asistencia a las sesiones presenciales/ **Minimum attendance requirement**

80 POR CIENTO/ 80 PER CENT. Para un adecuado seguimiento de la asignatura se considera recomendable la asistencia a un mínimo de alrededor del 80 por ciento de las sesiones y actividades presenciales. Si no se alcanzase este porcentaje, muy probablemente algunas competencias no se alcanzarán en el nivel exigible y ello podría impedir alcanzar la calificación máxima posible.

1.10. Datos del equipo docente / **Faculty data**

El equipo docente está integrado por profesores del siguiente departamento:
/The faculty is composed of professors from the following department:

Departamento de Organización de Empresas

Módulo E-8

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

C/Francisco Tomás y Valiente, 5

Universidad Autónoma de Madrid

28049 Madrid

Secretaría: Despacho E-8- 311

Tel.: (+34) 91 497 4398

Fax: (+34) 91 497 2994

administración.organización.empresas@uam.es

Web:

http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1234888139979/subhomeDepartamento/Organización_de_Empresas.htm

Los profesores concretos encargados de la docencia de cada asignatura aparecen en los horarios de cada curso académico, disponibles en la siguiente página Web: / The concrete professors in charge of teaching each subject can be seen in each academic course Schedule, which is available at the following web page:

http://www.uam.es/ss/Satellite/Economicas/es/1242650730114/contenidoFiscal/Horarios_y_aulas.htm?idenlace=1242661251796

Los coordinadores de cada asignatura pueden consultarse en la misma página web. / Each subject coordinator can be seen also at the same web page.



Asignatura: DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA
Código: 19515
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Titulación: GRADO EN TURISMO
Nivel: GRADO
Tipo: OBLIGATORIA
Nº. de Créditos: 6 ECTS

1.11. Objetivos del curso / Course objectives

La asignatura pretende ofrecer una visión actual de la moderna dirección de las empresas de intermediación turística. Igualmente, se presenta una visión integral de la organización de este tipo de empresas, profundizando en cada una de las funciones que desarrollan.

Para que un estudiante supere este curso deberá ser capaz de lograr las siguientes competencias específicas citadas en el epígrafe cinco de la Memoria de Verificación del Grado y las competencias transversales que se detallan a continuación.

A través de la asistencia a las clases teóricas y prácticas en el aula se pretende que el estudiante consiga las siguientes competencias específicas:

- CE2. Analizar la dimensión económica del turismo.
- CE3. Comprender el carácter dinámico y evolutivo del turismo y de la nueva sociedad del ocio.
- CE5. Convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones.
- CE6. Tener una marcada orientación de servicio al cliente.
- CE7. Reconocer los principales agentes turísticos.
- CE12. Dirigir y gestionar (management) los distintos tipos de organizaciones turísticas.
- CE22. Conocer el procedimiento operativo de las empresas de intermediación.
- CE24. Analizar y utilizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico.

A través de la preparación y elaboración de los Trabajos Individuales se pretende que el estudiante consiga las siguientes competencias genéricas:

1. Instrumentales:
 - CI1. Capacidad de análisis y de síntesis.
 - CI2. Capacidad de organización y planificación
 - CI5. Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio.
2. Sistémicas:
 - CS2. Adaptación a nuevas situaciones.
 - CS7. Motivación por la calidad.



Asignatura: DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA
Código: 19515
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Titulación: GRADO EN TURISMO
Nivel: GRADO
Tipo: OBLIGATORIA
Nº. de Créditos: 6 ECTS

A través de la preparación y elaboración de los Trabajos en Grupo se pretende que el estudiante consiga las siguientes competencias genéricas:

1. Instrumentales:
 - CI6. Capacidad de gestión de la información.
 - CI7. Resolución de problemas.
 - CI8. Toma de decisiones.
2. Sistémicas:
 - CS2. Adaptación a nuevas situaciones.
 - CS3. Creatividad.
 - CS4. Liderazgo.
 - CS5. Conocimiento de otras culturas y costumbres.
 - CS6. Iniciativa y espíritu emprendedor.
3. Personales:
 - CP1. Trabajo en equipo.
 - CP3. Trabajo en un contexto internacional.
 - CP4. Habilidades en las relaciones interpersonales.
 - CP5. Reconocimiento a la diversidad y la multiculturalidad.
 - CP6. Razonamiento crítico.
 - CP7. Compromiso ético.

1.12. Contenidos del programa / [Course contents](#)

Tema 1. Introducción a las Empresas de Intermediación Turística

- Solé, L. y Gomis, J. M. (2009). EL NUEVO PARADIGMA DE LA INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA. Editorial Pirámide.
- Albert Piñole, I. (1999). GESTIÓN, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DECISIONES ESTRATÉGICAS. Editorial Ramón Areces.
- Noticias e informes sobre empresas de intermediación turística.

Tema 2. Modelos de Negocio en las Empresas de Intermediación Turística

- Solé, L. y Gomis, J. M. (2009). EL NUEVO PARADIGMA DE LA INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA. Editorial Pirámide.
- Albert Piñole, I. (1999). GESTIÓN, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DECISIONES ESTRATÉGICAS. Editorial Ramón Areces.
- Noticias e informes sobre empresas de intermediación turística.

Tema 3. Localización y Previsión de Demanda



Asignatura: DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA
Código: 19515
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Titulación: GRADO EN TURISMO
Nivel: GRADO
Tipo: OBLIGATORIA
Nº. de Créditos: 6 ECTS

- Solé, L. y Gomis, J. M. (2009). EL NUEVO PARADIGMA DE LA INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA. Editorial Pirámide.
- Albert Piñole, I. (1999). GESTIÓN, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DECISIONES ESTRATÉGICAS. Editorial Ramón Areces.

Tema 4. Herramientas de Control de la Distribución y Venta del producto turístico

- Solé, L. y Gomis, J. M. (2009). EL NUEVO PARADIGMA DE LA INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA. Editorial Pirámide.
- Albert Piñole, I. (1999). GESTIÓN, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DECISIONES ESTRATÉGICAS. Editorial Ramón Areces.

Tema 5. Las tecnologías de la información en las empresas de intermediación turística.

- Solé, L. y Gomis, J. M. (2009). EL NUEVO PARADIGMA DE LA INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA. Editorial Pirámide.

PROCESOS Y OPERACIONES

Tema 6. Diseño y Desarrollo de Productos y Servicios Turísticos

- Albert Piñole, I. (1999). GESTIÓN, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DECISIONES ESTRATÉGICAS. Editorial Ramón Areces.

Tema 7. Procesos y operaciones de las empresas de intermediación turística mayorista

- Albert Piñole, I. (1999). GESTIÓN, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DECISIONES ESTRATÉGICAS. Editorial Ramón Areces.
- Noticias e informes sobre empresas de intermediación turística.



Asignatura: DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA
Código: 19515
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Titulación: GRADO EN TURISMO
Nivel: GRADO
Tipo: OBLIGATORIA
Nº. de Créditos: 6 ECTS

Tema 8. Procesos y operaciones de las empresas de intermediación turística minoristas

- Albert Piñole, I. (1999). GESTIÓN, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DECISIONES ESTRATÉGICAS. Editorial Ramón Areces.
- Noticias e informes sobre empresas de intermediación turística.

Tema 9. Las AV por internet y la economía de plataformas

- Solé, L. y Gomis, J. M. (2009). EL NUEVO PARADIGMA DE LA INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA. Editorial Pirámide.
- Noticias e informes sobre empresas de intermediación turística.

Tema 10. Los Guías Turísticos

- Albert Piñole, I. (1999). GESTIÓN, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DECISIONES ESTRATÉGICAS. Editorial Ramón Areces.

1.13. Referencias de consulta / **Course bibliography**

- Albert Piñole, I. (1999). GESTIÓN, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES DECISIONES ESTRATÉGICAS. Editorial Ramón Areces.
- Solé, L. y Gomis, J. M. (2009). EL NUEVO PARADIGMA DE LA INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA. Editorial Pirámide.
- Noticias e informes sobre empresas de intermediación turística.



Asignatura: DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA
Código: 19515
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Titulación: GRADO EN TURISMO
Nivel: GRADO
Tipo: OBLIGATORIA
Nº. de Créditos: 6 ECTS

2. Métodos Docentes / Teaching methodology

La asignatura se enfocará mediante una metodología basada en la evaluación continua basada en la participación activa de los estudiantes, combinando la exposición teórico-práctica, por parte del profesor, de los temas que configuran el programa, con el análisis de casos prácticos que serán estudiados y realizados individualmente y corregidos y debatidos en grupo y con la realización, en equipo, de un Trabajo Monográfico y de una Ruta Turística.

Con la realización del **Trabajo Monográfico** se pretende que los estudiantes lleguen a un mejor conocimiento de la realidad turística española en los aspectos relacionados con las empresas de intermediación turística. El objetivo específico del trabajo es profundizar en las estrategias que aplican este tipo de empresas, de manera que los estudiantes logren una visión más detallada del sector, enriquecida por su aplicación y contrastación en las empresas turísticas reales. Por tanto, el trabajo deberá mostrar que los estudiantes son capaces de sintetizar y expresar adecuadamente el conocimiento teórico de la asignatura aplicándolo a las empresas que tendrán que analizar. Los estudiantes en grupos de tres deberán realizar un trabajo de campo con empresas reales. Para ello utilizará la bibliografía existente, las bases de datos elaboradas, las memorias publicadas por las empresas, el contacto directo y personal con las mismas, la realización de encuestas a las empresas o a sus clientes, etc. Esta información deberá obtenerse directamente y podrá completarse en las bibliotecas, centros de documentación, Internet u otras fuentes. Los libros, artículos y trabajos utilizados para la elaboración del trabajo monográfico, deberán ser convenientemente citados y recogidos en la Bibliografía correspondiente. Cuando aparezcan citas textuales, deberán aparecer, además, entrecomilladas. El trabajo tendrá la siguiente estructura:

Punto 1. Desarrollo teórico del tema objeto del estudio, utilizando la bibliografía existente

Punto 2. Breve descripción de las empresas estudiadas

Punto 3. Análisis en profundidad del trabajo de campo realizado.

Punto 4. Conclusiones

Punto 5. Bibliografía y otras fuentes de información utilizadas

Anexos (si los hubiera).



Asignatura: DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA
Código: 19515
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Titulación: GRADO EN TURISMO
Nivel: GRADO
Tipo: OBLIGATORIA
Nº. de Créditos: 6 ECTS

El trabajo, que tendrá una extensión máxima de 40 páginas y mínima de 20 (DIN A4, tamaño de letra: 12 puntos, Times New Roman, márgenes: 2,5 cm., interlineado: 1,5), deberá ser entregado al profesor antes del final del semestre en la fecha que se indique y en la portada deberán aparecer, por orden alfabético, los apellidos y nombres de los estudiantes que lo han realizado, el nombre de la empresa elegida, el nombre de la asignatura y el curso académico.

Se podrá adjuntar documentación relevante en un Anexo. Estas páginas no se considerarán en los límites fijados. Los libros, artículos u otros trabajos que se hayan empleado para la elaboración del Trabajo Monográfico, deberán ser convenientemente citados y recogidos en la bibliografía correspondiente. Cuando aparezcan citas textuales, deberán aparecer, además, entrecorridas igualmente, cuando aparezcan citas u opiniones textuales de empleados de las agencias de viajes, deberán aparecer entrecorridas.

La valoración de este trabajo supondrá el 15 por ciento de la calificación de la asignatura.

Otro de los trabajos a realizar **en grupo** es una **Ruta Turística**. Dicha ruta, bien elegida de entre una lista de rutas proporcionada por la profesora o bien de temática libre, pretende que los alumnos se introduzcan de manera práctica en el trabajo de Guía Turístico. Los alumnos deberán preparar toda la información necesaria para desarrollar la ruta turística elegida a cualquier grupo de turistas. Además, para que se pueda visualizar el resultado de la ruta preparada, se deberá grabar y entregar tanto el fichero de la grabación como la documentación de la ruta.

Este trabajo supone el 15 por ciento de la calificación de la asignatura.

Otro 20 por ciento vendrá determinado por la realización de los trabajos individuales que se pidan a lo largo del curso, así como por la participación activa en el aula. Las actividades individuales se entregarán en formato electrónico y sólo se entregarán hasta la fecha determinada en la plataforma Moodle. No se admitirán en ningún otro formato, ni por ningún otro medio ni fecha distinta de la estipulada.

Por último, el examen final tendrá una valoración del 50 por ciento. Para que todos estos porcentajes se puedan computar es necesario obtener en el examen final una calificación mínima de 4 sobre 10. En caso contrario la nota final será la nota del examen.

Las actividades complementarias se conciben como un elemento clave de la formación de esta materia, especialmente en los aspectos relacionados con el



Asignatura: DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA
Código: 19515
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Titulación: GRADO EN TURISMO
Nivel: GRADO
Tipo: OBLIGATORIA
Nº. de Créditos: 6 ECTS

seguimiento del Trabajo Monográfico. Por ello, deberán acudir, a estas Actividades complementarias debidamente planificadas.

Tiempo de trabajo del estudiante / [Student workload](#)

ACTIVIDADES FORMATIVAS	Horas totales estudiante	ECTS
Asistencia a clases teóricas en aula:	10	0,4
Asistencia a clases prácticas en aula:	25	1
Asistencia a clases prácticas en aula de informática	7	0,28
Preparación y elaboración de trabajos prácticos:	20	0,8
Estudio y Preparación de exámenes:	33	1,32
Realización de exámenes:	2	0,08
Trabajos en grupo:	40	1,6
Otras actividades (especificar): Conferencias, visitas a empresas del sector, asistencia a Jornadas de Turismo, etc.	8	0,32
Asistencia a tutorías programadas:	5	0,2
Carga total de horas de trabajo del estudiante	150	6



Asignatura: DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA
Código: 19515
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Titulación: GRADO EN TURISMO
Nivel: GRADO
Tipo: OBLIGATORIA
Nº. de Créditos: 6 ECTS

3. Métodos de evaluación y porcentaje en la calificación final / Evaluation procedures and weight of components in the final grade

TIPO DE ACTIVIDADES A EVALUAR	%
Examen final	50
Trabajos en grupo	30
Trabajos individuales	20
TOTAL	100%

El examen final tendrá una valoración del 50 por ciento. La valoración del Trabajo Monográfico será del 15 por ciento de la calificación de la asignatura y la Ruta turística otro 15 por ciento. El último 20 por ciento vendrá determinado por la realización de los trabajos individuales que se pidan a lo largo del curso, así como por la participación activa en el aula. Para que todos estos porcentajes se puedan computar es necesario obtener en el examen final una calificación mínima de 4 sobre 10.

El estudiante tendrá una valoración de “No evaluado” si no llegase a realizar el Examen final, ni a entregar ninguno de los trabajos en grupo ni individuales. En caso contrario, obtendría la calificación resultante de aplicar los porcentajes fijados en la tabla anterior.

La asignatura se podrá superar en la convocatoria ordinaria (enero) o en la extraordinaria (junio).

Para superar la asignatura en la **convocatoria ordinaria** (enero), en la que se aplica una evaluación continua, será necesario que el estudiante haya obtenido una calificación igual o superior a 5, resultante de aplicar los porcentajes establecidos en el cuadro anterior. Se recuerda que para que todos estos porcentajes se puedan aplicar es necesario que en el examen final obtenga un mínimo de 4 puntos sobre 10.

Si no hubiese superado la asignatura en la convocatoria ordinaria podrá hacerlo en la **convocatoria extraordinaria** (junio).

Evaluación Extraordinaria: Los alumnos que no hayan completado/superado la evaluación continua, podrán ser sometidos a una prueba de evaluación adicional, para recuperar dichos aspectos.



Asignatura: DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA
Código: 19515
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Titulación: GRADO EN TURISMO
Nivel: GRADO
Tipo: OBLIGATORIA
Nº. de Créditos: 6 ECTS

Por último, la calificación final se establecerá de 0 a 10 de acuerdo con la legislación vigente.

En ningún caso las actividades realizadas durante un curso se tendrán en cuenta en posteriores matrículas. Por tanto, los alumnos que se matriculen en segunda matrícula y siguientes deberán cursar la asignatura y realizar todas las actividades como si fuera la primera vez que se matriculan.

Para valorar esta adquisición de competencias, se pasará un cuestionario al inicio de la asignatura y otro al final y los propios estudiantes opinarán sobre cuál ha sido su proceso de adquisición de competencias y si, efectivamente, al final del periodo docente su nivel de competencias se ha elevado.



Asignatura: DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE INTERMEDIACIÓN TURÍSTICA
Código: 19515
Centro: FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
Titulación: GRADO EN TURISMO
Nivel: GRADO
Tipo: OBLIGATORIA
Nº. de Créditos: 6 ECTS

4. Cronograma* / Course calendar

Semana	Contenido	Horas presenciales	Horas no presenciales del estudiante
1	Tema 1 y 2	3	7
2	Tema 3 y 4	3	7
3	Tema 5	3	7
4	Tema 6 y 7	3	7
5	Tema 7	4	7
6	Tema 7	3	7
7	Tema 8	3	7
8	Tema 8	3	7
9	Tema 9	3	7
10	Tema 10	4	7
11	Tema 11	3	7
12	Tema 12	3	7
13	Tema 13	3	7
14	Tema 14	3	7
15	PERIODO DE EVALUACION: SÓLO TRABAJO AUTÓNOMO DEL ESTUDIANTE		8
TOTAL		44	106

*Este cronograma tiene carácter orientativo.