

# **Asignatura de intermediación Turística**

ONLINE Y SIN HORARIO

# Asignatura Online de intermediación Turística

**Inicio** 18 feb 2026 **100%**  
Online

**Idiomas:** Español, Catalán

**Precio:** 432 €

**Solicita información**

**Matricúlate**

 **Metodología 100% online**

 **1.ª universidad online del mundo**

 **Acompañamiento personalizado**

## Presentación

Globalización, nuevas tecnologías y concentración de capitales son algunos de los conceptos básicos que permiten explicar los cambios que se están produciendo en la evolución que nos lleva a la sociedad del conocimiento. El turístico, y muy específicamente el ámbito de la comercialización de sus productos y servicios, es uno de los sectores donde estos cambios están siendo más visibles.

La asignatura se centra en el estudio de una materia básica en la comercialización de productos y servicios turísticos como es la intermediación, un subsector complejo que ejerce un papel mucho más importante en el sistema turístico que en otros sectores e industrias.

En este sentido, los contenidos de la asignatura se centran en dos aspectos básicos. Por un lado, en el análisis del concepto, funciones, estructura y organización de las agencias de viajes como principal canal de intermediación turística. Por el otro, en la identificación de los elementos que están transformando la estructura de la comercialización turística, fundamentalmente a partir del desarrollo y aplicación en este ámbito de las tecnologías de la información, que ofrecen herramientas cada vez más eficientes para mejorar el conocimiento sobre las necesidades de los clientes. Aspectos que tienen en consideración tanto las empresas proveedoras de productos y servicios turísticos como los intermediarios, y que están cambiando las relaciones entre ambos. Los primeros, en su intento de acercarse directamente al consumidor final, prescindiendo del intermediario; los segundos, con el objetivo de reivindicar su rol y situarlo estratégicamente en este nuevo escenario.

Y en este contexto la asignatura aborda también la incidencia de la llamada web 2.0 a partir del cual el concepto de intermediación turística registra una nueva dimensión.

La asignatura, por motivos metodológicos y organizativos de aprendizaje, se ha dividido en cinco módulos. Los tres primeros tienen un enfoque claramente conceptual para analizar el papel, organización y estructura de las empresas intermediadoras. El cuarto módulo se adentra en la identificación de los elementos que están provocando transformaciones sustanciales ¿como por ejemplo en su modelo de negocio, a partir de los cambios introducidos en los sistemas de retribución establecidos en su relación con los proveedores?. Y el quinto ofrece una visión de las nuevas oportunidades que las tecnologías de la información y la comunicación presentan en el ámbito de las relaciones con los clientes, con el desarrollo del *marketing* relacional o de herramientas que han facilitado el crecimiento de las redes sociales. El análisis de casos prácticos muy significativos en este ámbito permite completar la visión de la compleja realidad actual y futura de la intermediación turística.

## La UOC, la mejor universidad online

Somos la universidad online del Estado mejor posicionada en los principales rankings de calidad universitaria.



# Contenidos

## Contenidos

### Módulo 1. La intermediación y distribución turística. ¿Qué es, quién la hace y cómo se lleva a cabo?

- Fundamentos y evolución de la intermediación turística.
- Multipapel de las agencias de viajes en el sistema turístico.
- Posición de las agencias de viajes en el sistema turístico.
- Misión social y funciones.
- Clasificación y tipología de las agencias de viajes.
- Estructura de explotación de las agencias de viajes.
- Principales grupos empresariales del sector.

### Módulo 2. Gestión de la producción de servicios y viajes

- Concepto y funciones de la gestión.
- Orientaciones de la gestión.
- Gestión de la demanda.
- Segmentos viajeros más habituales.
- Gestión de la oferta en las agencias de viajes.
- Decisiones y objetivos sobre oferta en las agencias de viajes.
- Política de comercialización y distribución.

### Módulo 3. Estructura y organización de las agencias de viajes

- Entorno externo e interno de las agencias de viajes.
- Niveles de gestión y responsabilidad.
- Política de selección y contratación de recursos humanos.
- Nuevo modelo de organigrama para una agencia de viajes actual.
- Gestión de la información y la comunicación en las agencias de viajes.
- Comercio electrónico y organización en las agencias.
- Control de la gestión en las agencias.
- Situación y tendencias.

### Módulo 4. Distribución electrónica: el punto de vista del proveedor

- Internet: viajes y comercio electrónico.
- Proveedores turísticos.
- Venta en internet e intermediarios tecnológicos.

### Módulo 5. Nuevas estrategias en la relación con el cliente

- Marketing electrónico y CRM en internet.
- De la web 1.0 a la web 2.0.
- Agencias de viajes y web 2.0.

## Objetivos y competencias

### Competencias específicas

- Capacidad para reconocer el funcionamiento de los destinos, estructuras turísticas y sus sectores empresariales.
- Capacidad para reconocer los principios del turismo e identificar sus dimensiones espacial, social, cultural, jurídica, política, laboral y económica.
- Capacidad para trabajar en una organización turística adoptando una orientación hacia el cliente y estableciendo relaciones satisfactorias con él.

### Objetivos generales

La asignatura tiene como principal objetivo describir los conceptos básicos de la intermediación turística y plantear los cambios estructurales que en este ámbito se están produciendo para conseguir que el estudiante pueda:

- Comprender la evolución de la intermediación turística.
- Conocer las características de los operadores turísticos y las agencias de viajes y el papel esencial y complejo que desarrollan en el sistema turístico.
- Destacar los puntos clave de una gestión empresarial eficiente orientada a la mejora de la calidad de las agencias de viajes.
- Considerar las fases y elementos de un modelo de proceso de producción, comercialización y distribución turística.
- Reflexionar sobre la utilidad de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la distribución turística e identificar las claves que permiten describir los cambios estructurales que están provocando en este ámbito.
- Estudiar como el concepto de intermediación se reinventa para adaptarse a las nuevas necesidades del mercado.
- Comprobar, mediante el análisis de casos prácticos, como la identificación, segmentación y relación con los clientes se convierte en un criterio estratégico básico en el ámbito de la intermediación.
- Analizar las diferentes herramientas que las nuevas tecnologías facilitan para mejorar eficientemente las relaciones entre empresas intermediarias y clientes en un entorno web 2.0.

## Recursos para el aprendizaje

Los recursos para el aprendizaje que ofrece la UOC son digitales y han sido editados por la UOC en multiformato (HTML5, WEB, EPUB, PDF, etc.). Los recursos con que cuenta la asignatura son:

- Módulos propios sobre teoría de la cultura desde diferentes perspectivas (filosofía, sociología, política cultural, economía y tecnología).
- Selección de lecturas y materiales audiovisuales de cada uno de los temas.

# Profesorado

## Colaboradores

Joan Miquel Gomis López

# Requisitos de acceso

## Requisitos previos

### Requisitos técnicos

Para el seguimiento de esta asignatura es necesario disponer de un ordenador de sobremesa o portátil con conexión a internet (por banda ancha, ADSL o cable) y un monitor con una resolución mínima de 1.024 x 768 píxeles. Para poder consultar algunos materiales también puede ser necesario un lector de DVD.

Es recomendable que la CPU (ya sea de un ordenador de sobremesa o de un portátil) tenga como mínimo 2 GB de memoria RAM y 2 GHz de velocidad de procesador.

Es necesario un sistema operativo Windows XP (o superior), Mac OS o Linux\*. También se requiere tener instalado uno de los siguientes navegadores: Internet Explorer 9.0 (o superior), [Mozilla Firefox](#) o [Chrome](#).

\* Debido a la gran variedad de distribuciones que existen, no especificamos todas las versiones posibles.

## Titulación

El seguimiento y la superación de las asignaturas cursadas lleva a la obtención de un certificado de la UOC. Este documento permitirá la convalidación -o su reconocimiento- con las asignaturas de los estudios universitarios de la UOC siempre y cuando se reúnan los requisitos previos determinados.

## La UOC, la mejor universidad online

# Matrícula y precio

## Proceso de matrícula

### 1 Formularios de matrícula

Rellena el formulario de matrícula del curso concreto que te interesa, que encontrarás a la parte superior de la página.

### 2 Acceso al Campus

Si no recuerdas las claves de acceso al campus virtual, las puedes recuperar desde el [siguiente enlace](#).

#### ¿Cuándo te puedes matricular?

En la UOC puedes matriculararte en dos momentos diferentes del año. Escoge la opción que mejor se adapte a sus necesidades. Consulta el plazo de matriculación y el inicio de curso en la página de los estudios que te interesen cursar.



#### Matriculación a partir de abril

para comenzar el curso en **septiembre u octubre**



#### Matriculación a partir de octubre

para comenzar el curso en **febrero o marzo**

Concepto	Precio
Precio del curso	<b>432 €</b>

*El precio de este programa será el vigente en el momento de formalizar la matrícula. Sujeto a revisión anual.*



**122.750 graduados y graduadas**



**89 % de estudiantes que estudian y trabajan**



**79 % volvería a escoger la UOC**

El pago de los cursos se efectúa con tarjeta.

1. TPVV: pago con una tarjeta de crédito o de débito de cualquier entidad financiera, mediante el TPVV (terminal de punto de venta virtual) de «la Caixa».

#### Información sobre el desistimiento de matrícula

#### Descuentos

La UOC ofrece una serie de descuentos. Si puedes acogerte a alguno, en el momento de hacer la matrícula debes elegirlo en el desplegable del apartado *Descuentos*. En caso de que puedas acogerte a más de uno, tendrás que elegir el más beneficioso.

#### Descuentos para a colectivos

##### Familia numerosa

Los estudiantes beneficiarios del título de familia numerosa reconocido por el Estado español, o por el organismo competente en el resto de países, tienen derecho a los siguientes descuentos, en función de la categoría:

- Familias numerosas de categoría **especial: descuento del 15%**.
- Familias numerosas de categoría **general: descuento del 7,5%**.

##### Personas con discapacidad

Los estudiantes con un grado de discapacidad **igual o superior al 33%** reconocido por el Estado español, o el grado **equivalente** por cualquier otro país, tienen derecho a un **descuento del 15%**.

##### Víctimas de actos terroristas

Los estudiantes (o sus hijos o cónyuges) que hayan sido reconocidos como víctimas de actos terroristas por el organismo competente en el Estado español, o de cualquier otro país, tienen derecho a un **descuento del 15%**.

##### Víctimas de violencia machista en el ámbito de la pareja

Los estudiantes (y sus hijos o hijas dependientes) que hayan sido reconocidos como víctimas de violencia de género por el organismo competente en el Estado español, o de cualquier otro país, tienen derecho a un **descuento del 15%**.

## Formas de pago

## Comunidad UOC

- **UOC Alumni: 10% de descuento**

Puedes disfrutar de este descuento si has obtenido un título oficial (de grado, licenciatura, diplomatura, ingeniería o máster universitario) o un máster o posgrado propio en la UOC.

- **Descuentos para empresas**

Si tu empresa u organización tiene un acuerdo con la UOC, podrás beneficiarte de descuentos y ventajas en tu matrícula.

[Consulta las condiciones de los descuentos para empresas](#)

## Programa UOC de acompañamiento al deportista de competición

Los estudiantes considerados deportistas de competición tienen derecho a un descuento sobre el importe de la matrícula.

+ [Consulta la información del programa](#)

# UOC

---

Consulta la oferta formativa de la UOC [uoc.edu/es/estudios](http://uoc.edu/es/estudios)

---

