

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES.

PROGRAMA: ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA.

SÍLABO: AGENCIAS DE VIAJES.

I. DATOS GENERALES

1.1 Modalidad de Estudio: PRESENCIAL.

1.2 Semestre Académico: 202402.

1.3 Ciclo de estudios: VII.

ESTILO DE REDACCIÓN DE LA BIBLIOGRAFÍA: APA.

BIBLIOGRAFÍA

TIPO DE MATERIAL: LIBROS.

Cruz Rivero, D. (2022). *Contrato de viaje combinado y servicios de viaje vinculados*. Marcial Pons.

<https://www.digitaliapublishing.com/a/118785>

Jiménez Abad, C. E. (2006). *Producción y venta de servicios turísticos en agencias de viajes*. Paraninfo.

<https://link.gale.com/apps/doc/CX3220200005/GVRL?u=univcv&sid=bookmark-GVRL&xid=2ba6276a>

Muñoz González, R. D. (2019). *Diez rutas turísticas del departamento del Magdalena que deberías visitar = the 10 tourist routes*. Ediciones Unimagdalena. <https://www.digitaliapublishing.com/a/68162>

Paniza Fullana, A. (2017). *Viajes combinados y servicios de viaje vinculados: replanteamiento de conceptos y sus consecuencias sobre la responsabilidad*. Dykinson.

<https://www.digitaliapublishing.com/a/50674>

Rodríguez-Zulaica, A., Fernandez-Villarán, A., Ageitos Varela, N., & Lecuona Calzón, M. (Coords.). (2016). *¿Cómo gestionar una agencia de viajes en Internet?* Universitat Oberta de Catalunya.

<https://www.digitaliapublishing.com/a/47336>

Wallace, C. M. (2016). *118 consejos para viajar más barato, más cómodo y más seguro*. Mestas

Ediciones. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/biblioucv/reader.action?docID=4527650&ppg=2>

TIPO DE MATERIAL: ARTÍCULOS.

Çakar, K. (2021). Tourophobia: fear of travel resulting from man-made or natural disasters. *Emerald Group Publishing Limited*, 76(1), 103-124.

<https://www.proquest.com/scholarly-journals/tourophobia-fear-travel-resulting-man-made/docview/2532604340/se-2?accountid=37408>

Chap Kau Kwan, C., Urbieta Almada, M. B., González Ayala, G. G., Gorostiaga Tippach, J. M., Cáceres Ocampos, M. E., & Díaz Vega, M. R. (2022). Percepción sobre la calidad de servicio brindado por la agencia de viajes Apleno S.A. - Paraguay mediante el modelo servqual. *Revista Científica de la UCSA*, 9(2), 103-111.

<https://www.webofscience.com/wos/scielo/full-record/SCIELO:S2409-87522022000200103>

- Cortés Bello, R. del C., & Vargas Martínez, E. E. (2018). Prospectiva en agencias de viajes: una revisión de la literatura. *Turismo y Sociedad*, 22, 45-64.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/prospectiva-en-agencias-de-viajes-una-revisión-la/docview/2074504801/se-2?accountid=37408>
- Fernández Fernández, V., Suárez Suárez, M. Á., & Calaf Masachs, R. (2021). Comunicación en museos a través de redes sociales durante la pandemia: desvelando nuevas oportunidades de interacción. *Ediciones Universidad de Salamanca*, 23, 129-149.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=d913d8d8-0280-39a7-a851-66797eb1a398>
- Fernández, J. M., Vall-Llosera, L., & Moya, D. H. (2020). Analysis of Ota Impact on Hotel Reservations. Case Study: Bogotá. *Anuario Turismo y Sociedad*, 27, 145–159.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=12900f60-2716-3933-8789-74782295b9da>
- González Peraza, B. de la C., Hernández Flores, Y., & Salgado Domínguez, E. (2023). Estudio teórico de la distribución comercial y su impacto en las agencias de viajes. *Retos de la Dirección*, 17(1), 1-25.
<https://www.webofscience.com/wos/scielo/full-record/SCIELO:S2306-91552023000100008>
- Granados-Payan, J. C., Pedraza-Rodriguez, J. A., Perez, L. M., & Gallarza, M. G. (2022). Las condiciones explicativas de la lealtad del cliente en las relaciones comerciales B2B. *Revista Innovar*, 32(85), 1-28.
<https://link.gale.com/apps/doc/A734329093/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=7105538c>
- Hernández Flores, Y., Rodríguez González, M., Sánchez Borges, Y., & Saldíña Silvera, B. (2021). Acciones para la comercialización de los productos de las agencias de viajes que integran la OSDE viajes cuba en el escenario Pos-Covid-19. *Anuario Turismo y Sociedad*, 29, 201–219.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=7b534d46-16c6-3650-a7f9-328300ef2658>
- Madroñero Cerón, E. S. (2024). Sensaciones e intereses que movilizan la lectura en estudiantes de grado quinto de básica primaria. *Universidad y Sociedad* 15(1), 163-173.
<https://www.webofscience.com/wos/scielo/full-record/SCIELO:S2218-36202024000100163>
- Pinto Ribeiro, L. M., Cordeiro Gonçalves, E. C., & Da Costa Guerra, R. J. (2020). La importancia de la calificación de los recursos humanos en turismo: un estudio aplicado a las agencias de viajes en Portugal. *Pasos*, 18(4), 667-682.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/la-importancia-de-calificación-los-recursos/docview/2713550212/se-2?accountid=37408>
- Pastor, R., & Rivera García, J. (2020). Airbnb y la intermediación turística. ¿Competición o coopetición? Percepción de los agentes de viajes en España. *Empresa y Humanismo*, 23(2), 107–136.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=f40fdb9-3ca2-3e51-b660-300766eb78b2>
- Silva Rosa, A. A., Farias Bastos, T. E., Da Silva, B., & de Sousa Ribeiro, K. C. (2021). Os Impactos da governança corporativa e da internacionalização no valor de mercado das empresas brasileiras: uma aplicação da análise dos componentes principais. *Revista Eletrônica de Negócios Internacionais*, 16(3), 324–344.
<https://research.ebsco.com/linkprocessor/plink?id=0259eaf9-7e62-3bed-a497-f37fa0c0b3d4>
-

TIPO DE MATERIAL: TESIS.

- Lalupu Yarleque, D. Del P. (2020). *Planificación de las agencias de viajes y su aporte a la demanda turística de la provincia de Piura – 2020* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/139870>

Segovia Guerrero, M. L. (2020). *El impacto de la transformación digital y las OTAs en los canales de venta de las agencias de viajes en Miraflores, Lima – 2020* [Tesis de Pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/47702>