



UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
Departamento de Ciencias Sociales
Carrera de Administración Hotelera

Área: Hotelería

Carrera y/o Diploma: Diplomatura en Ciencias Sociales

Año: 2005

Núcleo: Cursos generales orientados a la carrera de Administración Hotelera

Asignatura: Industria de la Hospitalidad

Período lectivo: Segundo cuatrimestre de 2005

Carga horaria: 5 horas semanales

Docente: Dra. Regina Schlüter

Créditos: 10

OBJETIVOS:

- Familiarizar al estudiante con los conceptos básicos del turismo y la industria de la hospitalidad
- Brindar conocimientos generales sobre el marketing en turismo y hotelería
- Identificar y evaluar los impactos del turismo en la economía, el medio ambiente y la sociedad



- Establecer una adecuada gestión empresaria entre los componentes de la industria del turismo y la hospitalidad

UNIDADES TEMÁTICAS

UNIDAD 1: Conceptualización del turismo. Definiciones conceptuales y operacionales. El turismo desde la óptica de otras ciencias. Clasificación de los viajeros nacionales e internacionales.

UNIDAD 2: Evolución del turismo. Antecedentes y propulsores de su crecimiento. El turismo de masas. Las nuevas formas de turismo de fines del siglo XX. Características de la era Postfordista. La evolución del turismo en Argentina.

UNIDAD 3: El turismo en el mundo. Principales regiones emisoras y receptoras de turismo en el mundo. Características del turismo en las diferentes regiones de la OMT. Nuevas tendencias y nuevos retos.

UNIDAD 4: El turismo como sistema. El esquema de Leiper: Los elementos geográficos, la industria turística y el componente psicológico. Interrelaciones con el entorno. La superestructura turística: organismos nacionales centralizados y descentralizados. La superestructura en el ámbito provincial y municipal.

UNIDAD 5: La industria turística. Características generales. Componentes. Diferencias entre industria turística formal e informal. El proceso de producción de servicios (servucción) en turismo y hotelería. La agencia de viajes: características generales, clasificación, su situación en Argentina.

UNIDAD 6: La industria de la hospitalidad. Alojamiento y experiencia turística. Clasificación y tipología de los alojamientos. Principales tendencias mundiales. Gastronomía y restaurantes: diversificación y tipologías.

UNIDAD 7: Transporte y turismo. Los diferentes medios de transporte: transporte aéreo, por carretera, ferroviario y transporte por agua. La situación del mercado y las principales tendencias actuales del transporte.

UNIDAD 8: Los atractivos turísticos. Clasificación. Principales características. Tematización en turismo. Los parques temáticos: principales características y su incidencia en el desarrollo del turismo.



UNIDAD 9: Las motivaciones en el turismo. Diferencia entre razones, motivaciones y necesidades. Jerarquía de las necesidades humanas: la pirámide de Maslow. Las motivaciones como factores determinantes de la demanda. Turistas aloécnicos y psicocéntricos.

UNIDAD 10: Marketing. Concepto de marketing. El marketing turístico. Plan de marketing turístico. La investigación de mercados. El marketing mix y las campañas de marketing. Segmentación. Posicionamiento. El marketing ecológico y el turismo.

UNIDAD 11: Las nuevas tecnologías en turismo. La tecnología como ventaja competitiva. Utilización de las tecnologías de la información por la oferta y los canales de distribución turísticos. Convergencia de la tecnología.

UNIDAD 12: Planificación y desarrollo de los destinos turísticos. La planificación como un instrumento de gestión. El rol de la población local. Planificación de la actividad turística.

UNIDAD 13: La intervención del estado en el turismo. Áreas de intervención del estado. Los organismos oficiales de turismo. Las tareas de la autoridad pública en el destino. Políticas turísticas. Organizaciones turísticas nacionales e internacionales.

UNIDAD 14: Impactos del turismo. Los impactos económicos. Impactos medioambientales. Impactos socioculturales. Principios del desarrollo sustentable del turismo. Campos de actuación que influyen en el turismo sustentable.

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

- **Introducción al turismo.** Organización Mundial del Turismo, OMT, Madrid 1998
- **Turismo. Una perspectiva empresarial.** Ciet, Buenos Aires, 2003
- **Una introducción al turismo.** Lickorish, L y Jenkins, C. Editorial Síntesis, Madrid 2000

BIBLIOGRAFÍA AMPLIATORIA

- **El fenómeno turístico. Reflexiones desde una perspectiva integradora.** Schlüter, R. Y Winter, G. Editorial Docencia. Buenos Aires 1997
- **El turismo en Argentina. Del balneario al campo.** Schlüter, R. C.I.E.T., Buenos Aires 2003



- **Geografía del turismo en el mundo.** Meplier, A. y Bloc-Duraffour, P. Editorial Síntesis, Madrid 2000

METODOLOGÍA

- Asistencia no inferior al 75% de las clases teórico-prácticas
- Aprobación de exámenes parciales y un trabajo práctico grupal

EVALUACIÓN

- El estudiante deberá aprobar dos exámenes parciales (uno a mitad del cuatrimestre y otro al final). Los mismos se aprobarán con 4 (cuatro). De no alcanzar esta cifra habrá un recuperatorio a los 15 días después de la notificación de la nota de cada parcial.
- Todos los estudiantes deberán hacer un trabajo práctico grupal sobre algún tema de interés del programa. No tendrán nota sino "aprobado" o "desaprobado". La finalidad de este trabajo es que los estudiantes amplíen los conocimientos de su interés y es requisito indispensable para aprobar la materia. Servirá para elevar la nota en medio punto en caso que el promedio final no resulte un número entero.
- En el caso de que los estudiantes no hayan alcanzado la nota mínima para aprobar o deseen contar con la posibilidad de levantar la nota participarán de un coloquio donde se evaluará su desempeño total, tanto teórico como práctico

Bernal, 12 de septiembre de 2005