UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
FOLIO
Nº 1

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

Diploma y/o Carrera:
Diplomatura en Ciencias Sociales

Año:
2007

Curso:
INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

Profesor:
Arq. Luis Grünewald

Carga horaria semanal:
Curso 1: Día martes –presencial- 17.30 a 20.00 hs. y viernes –virtual-
Curso 2: Día martes –presencial- 20.00 a 22.30 hs. y viernes –virtual-

Créditos:
10 créditos

Núcleo al que pertenece:
Curso General orientado a Carrera de Administración Hotelera

Tipo de asignatura:
Teórico - practica

Objetivos:
La asignatura **INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD** tiene como objetivo el análisis integral de la oferta de un destino para el hombre durante el tiempo libre, principalmente orientado al turismo y la recreación.
Dicha oferta debe responder desde la óptica funcional y psicológica a un conjunto de conductas estadísticamente dominantes que tiene el hombre durante el tiempo libre; a fin de obtener la mejor calidad de vida para el residente y la plena satisfacción del visitante -turista o excursionista- de un destino.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer los conceptos básicos e integrales de la Industria de la hospitalidad en el tiempo libre del hombre destinado al turismo y la recreación.
- Conocer los conceptos teóricos e históricos del tiempo libre destinado al turismo y la recreación.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES FOLIO 2

- Analizar los distintos modelos de desarrollo turístico en nuestro país.
- Analizar desde un punto de vista interdisciplinario las teorías, métodos y técnicas para un conocimiento integral de la industria de la hospitalidad.
- Analizar las distintas técnicas para una mejora en la calidad de la oferta turística y recreativa, de los elementos que lo componen y de las relaciones que entre ellos se generan a fin de poder identificar, formular y evaluar proyectos de desarrollo.
- Interiorizar al estudiante en el conjunto de instituciones relacionadas con el turismo y la recreación.

Se espera que los alumnos logren:

- Desarrollar pensamiento teórico y abstracto.
- Desarrollar autonomía en toma de decisiones.
- Desarrollar una actitud ética frente a la problemática que se plantea en la práctica turística.
- Analizar, evaluar y aplicar conocimientos a los nuevos requerimientos de Sociedad y el mercado.
- Planificar y administrar eficazmente.

Se espera que el docente del curso:

- Enseñe la naturaleza, dinámica, tendencias y efectos de la actividad turística.
- Guíe mediante los códigos comunicacionales que se manejan en la disciplina, generando el respeto por los bienes naturales y culturales locales y extranjeros.
- Facilite la utilización de aportes que solucionen situaciones de la realidad.

Contenidos temáticos:
INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

MODULO 1
EL TIEMPO LIBRE DEL HOMBRE

CONCEPTOS INTRODUCTORIOS

1.1 Industria de la Hospitalidad: encuadre teórico y lingüístico.
1.2 Hospitalidad y tiempo libre. Precisiones conceptuales. Componentes y características principales.
1.3 Tiempo libre destinado al Turismo y la Recreación: encuadre teórico y lingüístico. Definiciones e interrelaciones.
1.4 Fenómeno, industria y actividad turística. Definiciones e interrelaciones.
1.5 Consecuencia del turismo desde la óptica económica, política, social, cultural, ambiental y psicológica.
1.6 Actividad, consecuencia y ponderación del turismo: interrelaciones conceptuales.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
FOLIO
Nº 3

Bibliografía obligatoria:
MODULO 1
- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT-
1* Edición,1998. Autores varios. Unidad 2: Turismo: concepto y definiciones.
- **La actividad turística: definición y evolución** - Luis A. Grünewald Texto de cátedra.
- **Variables de éxito en el turismo** - Luis A. Grünewald Texto de cátedra.
- **Los Nuevos Negocios Turísticos".** Puig, Adela. Valetta Ediciones. Buenos Aires. 2006. Cáp. 2

Bibliografía de consulta:
- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT-
1* Edición,1998. Autores varios. Unidad11; Impactos económicos de turismo / Unidad 12: Impactos socioculturales del turismo / Unidad 13: Impactos medioambientales del turismo / Unidad 14: Turismo Sustentable.
- **Turismo. Una perspectiva empresarial.** Schlüter, Regina y Winter, Gabriel. Ciet, Buenos Aires 2003

MODULO 2
LA DEMANDA TURISTICA

DEMANDA TURISTICA: Motivaciones y tendencias.
2.1 **Clasificación de los viajeros nacionales e internacionales**
2.2 **La demanda turística: Motivaciones personales y sociales** durante el desarrollo de actividades turísticas.
2.3 **Necesidades, deseos, valores y beneficios.** Relación entre estas variables
2.4 **Hábitos y costumbres** de la demanda actual.
2.5 **Pautas principales** en la elección de un destino y un prestador de servicios.

Bibliografía obligatoria:
MODULO 2
- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT-
1* Edición, 1998. Autores varios. Unidad 3: concepto y tipologías de la demanda turística.
- **Demanda turística.** Autor: Luis Grünewald. – Silvia Di Santo. Documentos de Turismo N* 1. Universidad del Salvador / Secretaria de turismo de la Nación.. 1997-
- **Demanda turística: El valor psicológico de las vacaciones.** Autor: Luis Grünewald. Documentos de Turismo N* 2. Universidad del Salvador / Secretaria de turismo de la Nación. 1998-

Bibliografía de consulta:
- **Turismo. Una perspectiva empresarial.** Schlüter, Regina y Winter, Gabriel. Ciet, Buenos Aires 2003

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
FOLIO
4

MODULO 3
LA ACTIVIDAD TURISTICA

3.1 EL MERCADO TURISTICO
3.1.1 **Factores claves para un posicionamiento en el mercado:** Marketing, competitividad, posicionamiento y calidad de servicios: interrelación conceptual de estas variables.
3.1.2 **Características del mercado turístico y recreativo.** El mercado nacional e internacional. Estadísticas cuantitativas y cualitativas.
3.1.3 **Las empresas turísticas.** Concepto de empresa. Las empresas turísticas. Producción de servicios o servucción. Agencias de viajes, Alojamiento, gastronomía, recreación, servicios complementarios y el transporte.

3.2 MARCO CONCEPTUAL E HISTORICO DEL TURISMO.
3.2.1 Análisis teórico e histórico de la evolución del turismo. Antecedentes y propulsores de su crecimiento. Del arte a la naturaleza. La *Belle Epoque* y el período entre guerras. Surgimiento del turismo de masas. El turismo en la era Postmoderna.

Bibliografía obligatoria:
MODULO 3
- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT-
1* Edición, 1998. Autores varios. Unidad 1: El turismo como actividad económica / Unidad 4: Oferta turística / Unidad 5: Transporte / Unidad 15: Introducción al marketing en la industria del turismo
- **Política, marketing, competitividad, posicionamiento, planificación y control de gestión en la actividad turística** - Luis A. Grünewald Texto de cátedra.
- **Marco conceptual e histórico del turismo** - Luis A. Grünewald Texto de cátedra.
- **Los Nuevos Negocios Turísticos".** Puig, Adela. Valetta Ediciones. Buenos Aires. 2006. Cáp. 1-3-4

Bibliografía de consulta:
- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT-
1* Edición,1998. Autores varios. Unidad 17: Tecnología de la información en la industria turística / Unidad 16: El marketing mix.
- **Turismo. Una perspectiva empresarial.** Schlüter, Regina y Winter, Gabriel. Ciet, Buenos Aires 2003

MODULO 4
LA RELACION CALIDAD - PRECIO

4.1 NEGOCIOS

4.1.1 **Gestión de Negocios:** Definición, encuadre teórico y lingüístico.
4.1.2 La estructura lógica del negocio. Diferenciación, especialización.

4.2 CALIDAD DE LOS SERVICIOS
4.2.1 La relación conceptual entre **calidad, competitividad, posicionamiento y marketing** para el empresario turístico.
4.2.2 El **"valor"** relacionado a la calidad y el precio. Pautas de calidad en el servicio.
4.2.3 **La satisfacción de la demanda** como eje de la competitividad.
4.2.4 El comportamiento ante **la insatisfacción por los servicios recibidos**.
4.2.5 **Factores comparativos y competitivos** desde la calidad y el precio.
4.2.6 **Estudio de casos.**

4.3 PRECIO
4.3.1 **Características generales de la variable costos y precios. Marco conceptual**
4.3.2 **Variables de competitividad de la empresa de servicios en el mercado a partir de los precios.**
4.3.3 **La relación calidad-precio.**

4.4 ESTUDIO DE MERCADO
4.4.1 **La investigación del mercado**. Procesos de investigación.
4.4.2 **Pautas metodológicas** para la realización de un estudio de mercado.
4.4.3 **Estudios de casos:** Productos principales, sustitutos y complementarios.

Bibliografía obligatoria:
MODULO 4
- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT-
1* Edición,1998. Autores varios. Unidad 18: Gestión de la Calidad en la Industria del Turismo.
- **Gestión de negocios turísticos** Autor: Luis Grünewald -Marcelo Barrios. Edit. Universidad Libro. 2000.
- **Gestión de Precios y Costos** Autor: Roberto Sartoris. Edit. Fundación Turismo para Todos. 2001.
- **Estudio de Mercado.** Texto de Cátedra
- **Los Nuevos Negocios Turísticos".** Puig, Adela. Valetta Ediciones. Buenos Aires. 2006. Cáp. 7 (Estudios de casos de negocios turísticos)

Bibliografía de consulta:
- **Turismo. Una perspectiva empresarial.** Schlüter, Regina y Winter, Gabriel. Ciet, Buenos Aires 2003
- **Turismo para todos: Pautas de calidad de atención para personas con capacidades restringidas.** Rafael Sanjuanbenito, Liliana Pantano, Silvia Di Santo,

MODULO 5

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
FOLIO
Nº 6

LA HOSPITALIDAD EN EL CASO DE LA HOTELERIA Y GASTRONOMIA

PAUTAS DE CALIDAD EN HOTELERIA Y GASTRONOMIA

5.1 **Características generales** del servicio de alojamiento independiente.
5.2 **Diagnostico general de la hotelería y gastronomía**. Variables principales de valoración desde la óptica de la demanda.
5.3 **Variables de competitividad** de la empresa hotelera en el mercado.
5.4 **Marca e imagen** de la empresa hotelera para la demanda.
5.5 **Pautas de calidad** para el servicio.
5.6 **Estrategias de competitividad** a partir de la calidad del servicio.
5.7 **Estudio de casos**.

Bibliografía obligatoria:
MODULO 5
- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT- 1* Edición, 1998. Autores varios. Unidad 10: Competitividad en el turismo
- **Hoteleria: Manual de calidad de atención para empresarios de establecimientos turísticos.** Secretaria de turismo de la Nación.1999

Bibliografía de consulta:
- **El fenómeno turístico** - Regina Schlüter- Gabriel Winter. Fundación Universidad a Distancia "Hernandarias" -1993. Unidad 8

MODULO 6
PLANIFICACION ESTRATEGICA DE UNA ACTIVIDAD DE SERVICIOS

6.1 METODOLOGIA DE LA PLANIFICACION: FACTORES PRINCIPALES DE ANALISIS Y FASES BASICAS DEL PROCESO.

6.1.1 Proceso metodológico de planificación estratégica y operacional.
a/ El relevamiento. Su importancia.
b/ Política : definiciones. Precisiones conceptuales: objetivos y metas. Viabilidad física, social y política de los objetivos. Tipos de objetivos, su jerarquización y compatibilización.
c/ Planificación estratégica: definición y precisiones conceptuales. Instrumentos de la planificación: planes, proyectos y programas. Formulación del plan y sus instrumentos, ejecución y control de gestión.
6.1.2 Estudio de casos: **Plan de Negocios**

Bibliografía obligatoria:
MODULO 6
- **Planificación**. Texto de cátedra.
- **Los Nuevos Negocios Turísticos".** Puig, Adela. Valetta Ediciones. Buenos Aires. 2006. Cáp. 6 y 8

Bibliografía de consulta:

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
FOLIO
7

- **Turismo. Una perspectiva empresarial.** Schlüter, Regina y Winter, Gabriel. Ciet, Buenos Aires 2003

MODULO 7
LA INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD Y LAS INSTITUCIONES

7.1 EL DESARROLLO DEL TIEMPO LIBRE Y LAS INSTITUCIONES
7.1.1 Rol de los sectores públicos y privados en el desarrollo del tiempo libre. Areas de gobierno o privadas que influyen directa e indirectamente en la actividad y en las políticas que se adoptan en el sector.
7.1.2 Organismos e instituciones nacionales e internacionales relacionados con la actividad.

Bibliografía obligatoria:
MODULO 7
- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT- 1* Edición, 1998. Autores varios. Unidad 8: Necesidad de intervención pública en el mercado turístico / Unidad 20: Principales tendencias actuales en la industria turística.
- **La industria de la Hospitalidad y las instituciones** - Texto de Cátedra

Bibliografía de consulta:
- **Turismo. Una perspectiva empresarial.** Schlüter, Regina y Winter, Gabriel. Ciet, Buenos Aires 2003

Modalidad de dictado: (8)
SEMIPRESENCIAL
El **Programa de la asignatura INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD** cuenta con un conjunto de acciones que permiten su realización, a continuación describiremos las mismas. En primer lugar le informamos el Plan de Trabajo de este ciclo lectivo.

El Plan de Trabajo.

El plan de trabajo es un documento que resume, a modo de tabla la planificación semana a semana del curso. En cada semana se indican los contenidos que se trabajaran (correspondientes a las temáticas de cada una de las unidades de la carpeta de trabajo), la lectura del material de enseñanza y de la bibliografía obligatoria, las fechas de los trabajos prácticos necesario para la aprobación de la cursada y la fecha del examen virtual.

INICIO DE ACTIVIDADES: Martes 7 de Agosto

CRONOGRAMA DE CLASES Ver archivo Word adjunto

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
FOLIO
Nº 8

El Plan de Trabajo se implementara por medio de clases presenciales y virtuales.
El **Plan de Trabajo** podrá sufrir modificaciones por la incorporación de conferencias de especialistas en fechas a definir, inicio operativo del campus virtual u otro inconveniente no programado.

La clase virtual.

La llamada clase virtual se inicia con una comunicación escrita, que generalmente, adopta la forma de documento de texto en el formato que el docente seleccione (Word, Power Point, Excel, etc.), adjunto a un mensaje enviado por correo electrónico.
El docente envía dicho mensaje cada día jueves.
En esta intervención el docente articula los ejes de los contenidos desarrollados en el material de enseñanza con bibliografía de lectura obligatoria, relaciona los contenidos con lo previo y lo siguiente (para una mejor comprensión de la importancia de los temas tratados.), propone actividades para el análisis de los temas trabajados en el curso y plantea problemas para la discusión. La clase virtual comienza con esa comunicación y tiene una duración hasta el martes siguiente, prolongándose en el espacio e debates y a través del correo personal del docente y el alumno.

Se podrá realizar durante la cursada CONFERENCIAS y DEBATES presenciales y virtuales. **Se informara del mismo con tiempo y la participación es obligatoria.**

Durante el cursado se estructuraran estudios de casos relacionados a la INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD a partir del Método de Casos

A través de los años la educación fue modificando sus métodos de enseñanza, del expositivo al participativo, como el role-playing, y las clases especiales donde los alumnos preparan un tema para exponer al resto de sus compañeros. En estos últimos tiempos se comenzó a utilizar un nuevo método, el del caso, cuyo objetivo es la interacción entre el capacitador y los participantes. Por este motivo, el método del caso es una herramienta complementaria de los métodos tradicionales de enseñanza.
Sin embargo, este método no es algo nuevo, hace 50 años que se viene desarrollando. En la actualidad es uno de los métodos más utilizado en las escuelas de negocios de todo el mundo.

¿Qué es un caso?. Es el planteamiento de un problema, que comúnmente ha sucedido en la realidad, y al que se le debe encontrar una solución.
La mayoría de las veces se parte de un hecho real, realizándole modificaciones como información confidencial y los nombres de los participantes del caso.

Es importante distinguir un caso de un mero ejemplo. Un ejemplo no permite interactividad ni entre los pares ni con el capacitador, además de estar siempre acotado y sin posibilidades de preparación por parte de los alumnos.

Los métodos tradicionales de enseñanza, centrados en la «exposición» de un determinado tema en clase, son una de las herramientas más poderosas de enseñanza.
Sin embargo, los métodos tradicionales tienden a ser fundamentalmente fuentes de conocimientos teóricos y no prácticos, lo cual no permite el acercamiento a la realidad laboral que exige la enseñanza de determinados tipos de carreras o cursos, más orientadas a la práctica que a la teoría.

Es en este punto, donde el método del caso, permite salvar las barreras de los métodos tradicionales. En primer lugar, produce una interrelación especial con el docente. No es un aprendizaje exclusivamente estático. Si no todo lo contrario, es totalmente interactivo, exige preparación, dedicación, y participación constante de los participantes del evento. En segundo lugar, permite el aprendizaje de los pares, lo cual permite mejorar el propio conocimiento a través de las opiniones de otros y no quedando solamente con la única opinión del docente.
Para el alumno, el hecho más importante es un acercamiento a la realidad, y no sólo a un libro o texto. La gran diferencia es que tiene que tomar decisiones, de la manera más parecida a la realidad.

El docente.

El curso estará a cargo del Arq. LUIS GRUNEWALD, que contara durante el desarrollo del curso de la colaboración de especialistas en los distintos temas que componen el programa analítico.

Material educativo.

Este material –**DOCUMENTOS TECNICOS INFORMATIVOS**-corresponde a toda la información necesaria para permitir el cursado de cada modulo del curso y el docente lo elabora para cada clase virtual.
Se adjuntara como un archivo en el envió de la clase semanal virtual y/o se colgara en el Campus.

Material informativo.

Este material corresponde a toda la información sobre actividades virtuales o presénciales relacionadas con el curso.
Se incorporar en el correo electrónico o se adjuntara como un archivo en el envío de la clase semanal virtual.

Evaluación:

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
FOLIO
Nº 10

Sistema de evaluación

El cursado de la asignatura **INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD** en el ciclo lectivo 2006 será aprobada con:

1.1 La presentación y aprobación de los trabajos prácticos.

Presentación:
a/ carpeta tamaño carta, procesador de textos Word
b/ archivo en disquete 3 1/2 procesador de textos Word

1.2 Una -1- evaluación parcial con recuperatorio en fecha a designar durante el ciclo lectivo.

La evaluación de los alumnos se ajustará a las normas académicas y administrativas vigentes establecidas por la universidad.

Luis Grinberg

Plan de Trabajo para Cursos Semipresenciales

Nombre de la asignatura (ciclo o carrera): **INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD**
Período de clases: **SEGUNDO SEMESTRE AÑO 2007**
Docente a cargo: **LUIS ALBERTO GRÜNEWALD**

Nº de clase	Fecha	Modo: P/V	Contenidos	Bibliografía u otros materiales	Tipo de actividad (completar sólo para las sesiones virtuales)	Evaluaciones (continuas y sumativas)
1	07-08-07	P	Presentación			
2	10-08-07	V	INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD	DTI 1 –Programa y Material instruccional-	Lectura de Documento Técnico sobre la modalidad de trabajo virtual	
3	14-08-07	P	TIEMPO LIBRE	Introducción al turismo –OMT-		
4	17-08-07	V	ACTIVIDAD TURISTICA	DTI 2 –La actividad turística: definición y evolución-	Lectura de Documento Técnico.	
5	21-08-07	P	TURISMO Y RECREACION			
6	24-08-07	V	DEMANDA TURISTICA	DTI 3 –Demanda turística-	Lectura de Documento Técnico. TP N°1: La competitividad de los pequeños hoteles a través de las tics. Fundamentos	
7	28-08-07	P	DEMANDA TURISTICA Estudio de Casos			
8	31-08-07	V	MARKETING, COMPETITIVIDAD Y POSICIONAMIENTO	DTI 4 – Política, marketing, competitividad, posicionamiento, planificación y control de gestión en la actividad turística -	Lectura de Documento Técnico. TP N°1/ Actividad 1: Identificar y analizar las principales políticas para posicionar el Destino Villa Gesell a través de su sitio web / Trabajo en Grupo	
9	04-09-07	P	ORIGINALIDAD DE LA OFERTA			
10	07-09-07	V	EVOLUCION HISTORICA DEL TURISMO	DTI 5 – Marco conceptual e histórico del turismo -	Lectura de Documento Técnico. TP N°1/ Actividad 2: Identifique la estrategia promocional virtual del destino Villa Gesell al mercado con relación a la oferta de alojamiento / Trabajo en Grupo	
11	11-09-07	P	PRODUCTOS TURISTICOS			

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

12	14-09-07	V	PRODUCTOS TURISTICOS	DTI 6 –Productos turísticos	Lectura de Documento Técnico. TP N°1/ Actividad 3: Identificar y analizar el sistema informativo y promocional de cuatro hoteles en el sitio web institucional del Municipio de Villa Gesell / Trabajo en Grupo	
13	18-09-07	P	Exposición Grupal			Evaluación 1/ Exposición en Grupo
14	21-09-07	V	GESTION DE NEGOCIOS	DTI 7 –Gestión de Negocios -	Lectura de Documento Técnico. TP N°1/ Actividad 1 Identificar y analizar el sistema de acceso virtual –buscadores, google, etc.- de los establecimientos hoteleros en estudio en internet / Trabajo en Grupo / Trabajo en Grupo	
15	25-09-07	P	GESTION DE NEGOCIOS. Estudio de Casos			
16	28-09-07	V	CALIDAD TURISTICA	DTI 8 –Concepto de Calidad-	Lectura de Documento Técnico. TP N°2/ Actividad 2: Identificar y analizar el sistema de comunicación informativa de cuatro establecimientos hoteleros en sus sitio web en internet:/ Trabajo en Grupo	
17	02-10-07	P	CALIDAD TURISTICA Estudio de Casos			
18	05-10-07	V	COSTOS	DTI 9 – Gestión de costos-	Lectura de Documento Técnico. TP N°2/ Actividad 3: Identificar y analizar la información de productos y servicios que ofrece al cliente cada estableciendo hotelero en el sitio web en internet / Trabajo en Grupo	
19	09-10-07	P	**Examen parcial**			Evaluación 2
20	12-10-07	V	PRECIOS	DTI 10 – Concepto de precios-	Lectura de Documento Técnico. TP N°2/ Actividad 4: Identificar y analizar la información de beneficios que ofrece al cliente cada estableciendo hotelero en el sitio web en internet / Trabajo en Grupo	
21	16-10-07	P	RELACION CALIDAD - PRECIO			
22	19-10-07	V	HOTELERIA	DTI 11–Hoteleria: Estructura operativa-	Lectura de Documento Técnico. TP N°2/ Actividad 5: Identificar y analizar la estrategia para motivar a visitantes del sitio a adquirir productos y servicios y para fidelizar los actuales clientes en cada estableciendo hotelero en el sitio web en internet / Trabajo en Grupo	
23	23-10-07	P	HOTELERIA Estudio de Casos			
24	26-10-07	V	DIAGNOSTICO EN HOTELERIA	DTI 12 –Hoteleria: Diagnostico-	Lectura de Documento Técnico. TP N°2/ Actividad 5: Elabore y construya un banco de Datos de Operadores Turísticos en una provincia de la Argentina / Trabajo en Grupo	
25	30-10-07	P	Exposición grupal			Evaluación 3/ Exposición en Grupo

UNIVERSIDAD FOLIO Nº 12

26	02-11-07	V	COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA HOTELERA	DTI 13 –Hoteleria: Pautas de competitividad-	Lectura de Documento Técnico. TP N°3/ Actividad 1: Conocer la capacidad de respuesta del servicio de correo electrónico de los Hoteles en estudio / Trabajo en Grupo	
27	06-11-07	P				
28	09-11-06	V	COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA GASTRONOMICA	DTI 14 – Gastronomia-	Lectura de Documento Técnico. TP N°3/ Actividad 2: Conocer la calidad de las respuestas del servicio de correo electrónico / Trabajo en Grupo	
29	13-11-07	P	GASTRONOMIA Estudio de Casos			
30	16-11-07	V	TEORIA DE LA PLANIFICACION	DTI 15 – Planificación-	Lectura de Documento Técnico. TP N°3/ Actividad 3: Elabore una Carta Informativa - Promocional para un establecimiento hotelero en estudio / Trabajo en Grupo	
31	20-11-07	P	**Exposición Grupal**			Evaluación 4/ Exposición en Grupo
32	23-11-07	V	INSTITUCIONES DEL TURISMO	DTI 16 –Instituciones	Lectura de Documento Técnico.	
33	27-11-07	p	**Examen parcial**			Evaluación 5
34	30-11-07	V	INSTITUCIONES DEL TURISMO	DTI 17 –Turismo accesible	Lectura de Documento Técnico.	
35	04-12-07	P	Recuperatorio de Parcial y Trabajo Practico			