UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
FOLIO
1

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES
Diplomatura en Ciencias Sociales

Diploma: Ciencias Sociales
Año: Primer cuatrimestre 2007
Curso: Industria de la Hospitalidad
Profesor: Dra. Regina Schlüter
Carga horaria semanal: 5 horas
Créditos: 10
Núcleo al que pertenece: Cursos generales orientados a la Carrera de Administración Hotelera
Tipo de asignatura: Predominantemente teórica

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 empresarial entre los componentes de la industria del turismo y la hospitalidad
- Dotar al estudiante de las herramientas necesarias para la obtención actualizada sobre el turismo y la industria de la hospitalidad mediante el uso de las nuevas tecnologías (web y revistas académicas electrónicas).

Contenidos temáticos:

Unidad 1: Conceptualización del turismo. Definiciones conceptuales y operacionales. El turismo desde la óptica de otras disciplinas: economía, ecología, marketing, psicología, etc. Clasificación de los viajeros nacionales e internacionales con fines estadísticos.

Bibliografía:

- Turismo. Una perspectiva empresarial. Schlüter, R. y Winter, G., Ciet, Buenos Aires 2007. Capítulos 1 y 2.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LUJAN
FOLIO
2

- Los nuevos negocios turísticos. Puig, Adela. Valletta Ediciones, Buenos Aires 2006. Capítulo 1.
- Pasos on Line. Artículo a definir al comienzo del cuatrimestre.

Unidad 2: El turismo como sistema. El esquema de Leiper. Elementos geográficos: espacio emisor, receptor y de tránsito. Los atractivos turísticos. El componente económico del sistema: características generales; diferencias entre la industria turística formal e informal; pilares. El turista como componente psicológico y dinamizador del sistema. Interrelaciones con el entorno. La superestructura turística

Bibliografía:

- Turismo. Una perspectiva empresarial. Schlüter, R. y Winter, G., Ciet, Buenos Aires 2007. Capítulos 1 y 3
- Los nuevos negocios turísticos. Puig, Adela. Valletta Ediciones, Buenos Aires 2006. Capítulo 7.
- Pasos on Line. Artículo a definir al comienzo del cuatrimestre.

Unidad 3: La intervención del Estado en el turismo. Áreas de intervención del estado. Los organismos oficiales de turismo centralizados y descentralizados. Organizaciones turísticas nacionales e internacionales. Importancia de la Organización Mundial del Turismo (OMT)

Bibliografía:

- Turismo. Una perspectiva empresarial. Schlüter, R. y Winter, G., Ciet, Buenos Aires 2007. Capítulo 1.
- Los nuevos negocios turísticos. Puig, Adela. Valletta Ediciones, Buenos Aires 2006. Capítulo 6.
- Pasos on Line. Artículo a definir al comienzo del cuatrimestre.
- Sitios Web: www.unwto.org; www.ih-ra.com; www.ilo.org; www.iata.org; www.icao.int; www.unesco.org; www.uftaa.com.

Unidad 4: Evolución del turismo. Antecedentes y propulsores de su crecimiento. El Grand Tour y el Movimiento del Romanticismo en el turismo. Principales característicos del preformismo. El turismo de masas: condicionantes socioeconómicos de su surgimiento. Las nuevas formas de turismo de fines del siglo XX: turismo rural, ecoturismo, turismo de aventura,

turismo gastronómico, etc. Características del postfordismo y diferencias con el turismo de masas. La evolución del turismo en Argentina.

Bibliografía:

- Turismo. Una perspectiva empresarial. Schlüter, R. y Winter, G., Ciet, Buenos Aires 2007. Capítulo 3
- Los nuevos negocios turísticos. Puig, Adela. Valletta Ediciones, Buenos Aires 2006. Capítulo 1.
- El turismo en Argentina. Del balneario al campo. Schlüter, R. Ciet, Buenos Aires 2007. Capítulos 1 al 8 inclusive.
- Sitios Web: www.cieturisticos.com.ar/revistadigital /revista digital N° 3 y compilación gastronomía

Unidad 5: El turismo en el mundo. Principales regiones emisoras y receptoras de turismo en el mundo. Características del turismo sobre la base de la regionalización de la OMT. Nuevas tendencias y nuevos retos. El turismo ¿fenómeno retráctil? Incidencia de las variables no controlables en el turismo (violencia, pandemias, cambio climático, etc.).

Bibliografía:

- Turismo. Una perspectiva empresarial. Schlüter, R. y Winter, G., Ciet, Buenos Aires 2007. Capítulo 6
- Los nuevos negocios turísticos. Puig, Adela. Valletta Ediciones, Buenos Aires 2006. Capítulo 9.
- Pasos on Line. Artículo a definir al comienzo del cuatrimestre.
- Sitios Web: www.unwto.org; www.turismo.gov.ar; www.iata.org

Unidad 6: La industria turística. Características generales. Componentes. Diferencias entre industria turística e industria de la hospitalidad. La calidad como herramienta competitiva. El proceso de producción de servicios (servucción): elementos que lo componen.

Bibliografía:

- Turismo. Una perspectiva empresarial. Schlüter, R. y Winter, G., Ciet, Buenos Aires 2007. Capítulo 4 – 5 y 6
- Leisure, Sport & Tourism Education –JoHLSTE- Artículo a definir al comienzo del cuatrimestre

4

Unidad 7: Alojamiento y restauración. Evolución del concepto de alojamiento. Clasificación y categorización de los servicios de alojamiento. Principales tendencias mundiales: hoteles con encanto, hoteles ecológicos, etc. Gastronomía y restaurantes: diversificación y tipologías. El restaurante como patrimonio: bares, cafés y pizzerías de Buenos Aires

Bibliografía:

- Turismo. Una perspectiva empresarial. Schlüter, R. y Winter, G., Ciet, Buenos Aires 2007. Capítulo 4.
- Los nuevos negocios turísticos. Puig, Adela. Valletta Ediciones, Buenos Aires 2006. Capítulo 3.
- Leisure, Sport & Tourism Education –JoHLSTE- Artículo a definir al comienzo del cuatrimestre
- Sitios Web: www.greatsmallhotels.com; www.alojamientosargentinos.com; www. dgpatrimonio.buenosaires.gov.ar; www.bue.gov.ar.

Unidad 8: Transporte y turismo. Características generales del transporte turístico. Transporte por agua: importancia de los cruceros marítimos. El transporte ferroviario y su relación con el turismo: los trenes de alta velocidad vs. Los trenes turísticos. El transporte por carretera y su relación con el turismo: importancia del automóvil particular. Transporte aéreo: orígenes; los vuelos charter vs. transporte aerocomercial regular. Las líneas aéreas de bajo costo: situación actual y principales desafíos.

Bibliografía:

- Turismo. Una perspectiva empresarial. Schlüter, R. y Winter, G., Ciet, Buenos Aires 2007. Capítulo 4.
- Los nuevos negocios turísticos. Puig, Adela. Valletta Ediciones, Buenos Aires 2006. Capítulo 5.
- Sitios Web: búsqueda por parte de los estudiantes de diferentes sitios Web relacionados con cada uno de los puntos de la Unidad

Unidad 9: Las agencias de viajes y turismo. Evolución. Funciones. Principales características de las agencias de viajes mayoristas y las minoristas. Los tour operadores. Relación entre las agencias de viajes y la hotelería. Las agencias de viajes en Argentina. Las nuevas tecnologías y su aplicación en las agencias de viajes. Importancia de los CRS y los GDS.

Bibliografía:

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO
FOLIO
5

- Turismo. Una perspectiva empresarial. Schlüter, R. y Winter, G., Ciet, Buenos Aires 2003. Capítulos 4 y 7.
- Los nuevos negocios turísticos. Puig, Adela. Valletta Ediciones, Buenos Aires 2006. Capítulos 4 y 8.
- Sitios Web: www.turismo.gov.ar; www.aviabue.org.ar; www.aht.com.ar; www.cruising.org; www.wata.net

Unidad 10: Marketing. Concepto de marketing. El marketing mix. Importancia del marketing relacional en el turismo. Principales elementos de un plan de marketing turístico. La creación de imágenes. El marketing ecológico y el marketing intercultural en el turismo.

Bibliografía:

- Turismo. Una perspectiva empresarial. Schlüter, R. y Winter, G., Ciet, Buenos Aires 2007. Capítulo 5.
- Marketing crosscultural, Grande, I. ESIC, Madrid, Capítulo 3.

Unidad 11: Desarrollo sostenible y turismo. Principios básicos del desarrollo sostenible. Cuestiones sociales: la participación de la población local. Cuestiones ambientales. Capacidad de Carga. Estrategias empresariales y medio ambiente. Ecoetiquetas. Códigos de conducta.

Bibliografía:

- Turismo. Una perspectiva empresarial. Schlüter, R. y Winter, G., Ciet, Buenos Aires 2007. Capítulo 8.
- Los nuevos negocios turísticos. Puig, Adela. Valletta Ediciones, Buenos Aires 2006. Capítulo 2.
- Pasos on Line. Artículo a definir a comienzos del cuatrimestre

Bibliografía obligatoria:

- Turismo. Una perspectiva empresarial. Schlüter, R. y Winter, G., Ciet, Buenos Aires 2007
- Los nuevos negocios turísticos. Puig, Adela. Valletta Ediciones, Buenos Aires 2006.
- Pasos on Line. Revista de Turismo Cultural. Universidad de La Laguna (España) www.pasosonline.org
- Leisure, Sport & Tourism Education –JoHLSTE- (http://www.hlst.ltsn.ac.uk/johlste/index2.html)
- Turismo en Argentina. Del balneario al campo. Schlüter, R; Ciet, Buenos Aires 2007

MINISTERIO HACIENDA DE CHILE
FOLIO
6

Bibliografía de consulta:

- Atención al cliente en Hostelería. Chon, K. y Sparrows, R. Paraninfo, México 2002
- Congresos y catering: organización y ventas. Ismail, A. Paraninfo, México 2001
- Introducción al turismo. OMT, Madrid 1968

Modalidad de dictado: Curso presencial con clases teóricas y realización de trabajos prácticos.

Evaluación: Dos parciales escritos con recuperatorio si la nota final es inferior a 4 (cuatro) y presentación de un trabajo práctico grupal.