UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
FOLIO
Nº 1

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES
Diplomatura en Economía y Administración (70)
Diplomatura en Ciencias Sociales (25)

Diploma: Diplomatura en Economía y Administración (70) // Diplomatura en Ciencias Sociales (25)
Año: 2009
Curso: Introducción al Turismo (70) / Industria de la Hospitalidad (25)
Profesor: Dra. Regina Schlüter
Carga horaria semanal: 5 horas
Créditos: 10
Núcleo al que pertenece: Cursos generales orientados a la Carrera de Administración Hotelera (70) / (25)
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.
- Los nuevos negocios turísticos. Puig, Adela. Valletta Ediciones, Buenos Aires 2006. Capítulo 1.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
FOLIO
2

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.

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.
- 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

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
FOLIO
Nº 3

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.
- 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

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.
- 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:

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
FOLIO
Nº 4

- 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:

- 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.

Bibliografía obligatoria:

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

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
FOLIO
Nº 5

- Los nuevos negocios turísticos. Puig, Adela. Valletta Ediciones, Buenos Aires 2006.
- Turismo en Argentina. Del balneario al campo. Schlüter, R; Ciet, Buenos Aires 2007

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 y presentación de un trabajo práctico grupal.

Aprobación de la asignatura: Se regirá según el Régimen de estudios de la UNQ, bajo las siguientes condiciones:

a) Asistencia no inferior al 75% de las clases; b) Obtención de un promedio mínimo de 7 puntos en los parciales y de un mínimo de 6 puntos en cada uno de ellos.; c) Obtención de un mínimo de 4 puntos en cada parcial y en el examen integrador que será obligatorio en estos casos. Este examen se tomará dentro de los plazos del curso.
Los alumnos que obtengan un mínimo de 4 puntos en cada uno de los parciales y no hubiesen aprobado el examen integrador mencionado en el inciso b) deberán rendir un examen integrador en un lapso que no superará el cierre de actas del siguiente cuatrimestre.
Cabe aclarar que los alumnos que reprobaran alguno de los parciales tendrán una instancia de Recuperatorio, Según Resolución (C.S.) N° 04/08.

Regina Schlüter