



UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Diplomatura en Ciencias Sociales

Núcleo de Cursos orientados a Carrera

Asignatura

INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

Cátedra

LUIS ALBERTO GRUNEWALD

ARQUITECTO.

CONSULTOR EN COMUNICACION Y DESARROLLO TURISTICO.

MIEMBRO DE LA ASSOCIATION INTERNATIONALE D'EXPERTS

SCIENTIFIQUES DU TOURISME -AIEST-.

DIRECTOR DE LA CONSULTORA *BARROSO, GRÜNEWALD & ASOCIADOS.*

DIRECTOR DEL GRUPO DE ESTUDIO "DEMANDA TURISTICA: MOTIVACIONES Y TENDENCIAS",

DEPTO DE POSGRADO UNIVERSIDAD DEL SALVADOR.

INSTRUCTOR DE LA SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACION.

ANTECEDENTES EN EL CAMPO DE LA PLANIFICACION TURISTICA

HA PARTICIPADO ENTRE OTROS ESTUDIOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO Y RECREATIVO DEL MUNICIPIO DE LUJAN, SAN ANTONIO DE ARECO Y ZARATE, BS. AS.; CAPILLA DEL MONTE, CORDOBA; BARILOCHE, RIO NEGRO;

COMARCA PAMPEANA -SANTA ROSA/TOAY/NAICO/RESERVA PARQUE LURO, LA PAMPA. HA DESARROLLADO ESTUDIOS SOBRE PRODUCTOS TURISTICOS -TURISMO ESTUDIANTIL, AGROTURISMO, TURISMO RURAL, TURISMO PARA LA SALUD ENTRE OTROS- Y DE DEMANDA TURISTICA PARA ORGANISMOS PROVINCIALES Y MUNICIPALES. SE HA DESEMPEÑADO COMO ASESOR DE LA DIRECCION DE TURISMO DE LA PROV. DE LA PAMPA.

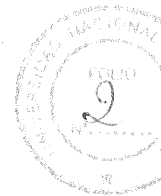
EN EL CAMPO DE LOS EMPRENDIMIENTOS EMPRESARIOS

HA PARTICIPADO EN LA ELABORACION DE PLANES DE NEGOCIOS, AUDITORIAS DE SERVICIOS, ESTRATEGIAS DE COMUNICACION Y COMERCIALIZACION EN HOTELERIA DE LA REPUBLICA ARGENTINA. ASESOR DE LA CAMARA DE EMPRESARIOS HOTELEROS DE VILLA GESELL.

PREMIOS INTERNACIONALES

1999- Proyecto: PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DE SAN ANTONIO DE ARECO realizado por la Secretaría de Tierras y Urbanismo de la Gobernación de la Prov. de Buenos Aires conjuntamente con la Universidad del Salvador ha recibido un PREMIO MENCION en la PREBIENAL INTERNACIONAL DE URBANISMO realizada en la Universidad de Waseda, Ciudad de Tokio en Japón.

1997- Proyecto: PLAN DE DESARROLLO INTEGRAL DE LA ACTIVIDAD TURISTICA Y RECREATIVA DEL PARTIDO DE LUJAN ha sido PREMIADO para la PRE BIENAL INTERNACIONAL DE URBANISMO DE BUENOS AIRES -HABITAT PARA EL SIGLO XXI- en la REP. DE CHILE. Organizada en la Universidad de Bio - Bio, Rep. de Chile.



Contenidos temáticos y bibliografía

PROGRAMA ANALITICO AÑO 2003

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.
- 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.

BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

- **La actividad turística: definición y evolución** - Luis A. Grünewald Texto de cátedra.
- **Variables de éxito en el turismo** - Luis A. Grünewald Texto de cátedra.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT- 1* Edición,1998. Autores varios. Unidad 2: Turismo: concepto y definiciones. Unidad11: Impactos económicos de turismo / Unidad 12: Impactos socioculturales del turismo / Unidad 13: Impactos medioambientales del turismo / Unidad 14: Turismo Sustentable.

MODULO 2

LA DEMANDA TURISTICA

DEMANDA TURISTICA: Motivaciones y tendencias.

- 2.1 La demanda turística: **motivaciones y tendencias**. Precisiones conceptuales
- 2.2 **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.



BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

- **DEMANDA TURÍSTICA.** Autor: LUIS GRÜNEWALD- SILVIA DI SANTO . Documentos de Turismo N* 1. UNIVERSIDAD DEL SALVADOR / SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACION. 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 NACION. 1998-

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT- 1* Edición,1998. Autores varios. Unidad 3: concepto y tipologías de la demanda turística.
- **Accesibilidad.** Terminología. Comisión Nacional Asesora para la Integración de Personas con Discapacidad.

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 **La oferta de la Industria de la Hospitalidad.** 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.

BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

- **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.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- **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
- **El turismo en cifras 1990-98.** Secretaría de Turismo de la Nación.
- **Uno por uno: el marketing del siglo XXI.** Don Peppers y Martha Rogers
- **La nueva era de la estrategia.** Michael Porter



- **Competencia en la era interactiva. Don Peppers**

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 **La investigación del mercado.** Características generales de la variable costos y precio

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.

BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

- **Gestión de negocios turísticos** Autor: Luis Grünewald -Marcelo Barrios. Edit. Universidad Libro. 2000.

- **Gestión de Costos** Autor: Roberto sartoris. Edit. Fundación Turismo para Todos. 2001.

- **Estudio de Mercado.** Texto de Cátedra

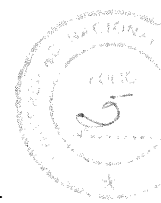
BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT-

1* Edición, 1998. Autores varios. Unidad 18: Gestión de la Calidad en la Industria del Turismo.

- **El desafío de la creatividad.** Eduardo Kastika y María A. Jimenez

- **Turismo para todos: Pautas de calidad de atención para personas con capacidades restringidas.** Rafael Sanjuanbenito, Liliana Pantano, Silvia DiSanto,



MODULO 5

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.**

BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

- **Hoteleria: Manual de calidad de atención para empresarios de establecimientos turísticos.** Secretaria de turismo de la Nación. 1999
- **El fenómeno turístico** - Regina Schlüter- Gabriel Winter. Fundación Universidad a Distancia "Hernandarias" -1993. Unidad 8

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

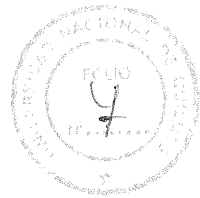
- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT- 1* Edición, 1998. Autores varios. Unidad 10: Competitividad en el turismo

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**



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.

BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

- **La industria de la Hospitalidad y las instituciones** - Texto de Cátedra

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- **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.

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 y la fecha del examen presencial.

INICIO DE ACTIVIDADES: MARTES 4 DE MARZO

CRONOGRAMA DE CLASES

Num Sem	Fech	Clase Presencial	Fech	Clase Virtual	Doc. Técnico Informativo - DTI-
1	04/3	Presentación	07/3	Educacion Inteligente	DTI 1 -Educacion Inteligente, Programa y Material instruccional-
2	11/3	TIEMPO LIBRE	14/3	TURISMO	DTI 2 -La actividad turística: definición y evolución-
3	18/3	TURISMO Y RECREACION	21/3	DEMANDA TURISTICA	DTI 3 -Demanda turística-
4	25/3	CASOS DE DEMANDA TURISTICA	28/3	MARKETING, COMPETITIVIDAD Y POSICIONAMIENTO	DTI 4 - Política, marketing, competitividad, posicionamiento, planificación y control de gestión en la actividad turística -
5	01/4	ORIGINALIDAD DE LA OFERTA	04/4	EVOLUCION HISTORICA DEL TURISMO	DTI 5 - Marco conceptual e histórico del turismo -
6	08/4	EVOLUCION TURISMO Y	11/4	PRODUCTOS TURISTICOS	DTI 6 -Productos turísticos-

		HOTELERIA			
7	15/4	PRODUCTOS TURISTICOS. Casos	18/4	NEGOCIOS	DTI 7 –Gestión de Negocios -
8	22/4	GESTION DE NEGOCIOS. Casos	25/4	CALIDAD	DTI 8 –Concepto de Calidad-
9	29/4	CALIDAD. Casos	02/5	COSTOS	DTI 6 – Gestión de costos-
10	06/5	AUDITORIA CONFITERIA UNQUI	09/5	PRECIO	DTI 6 – Concepto de precios-
11	13/5	RELACION CALIDAD - PRECIO	16/5	HOTELERIA	DTI 6 –Hoteleria: Estructura operativa-
12	20/5	ESTUDIO DE CASOS EN HOTELERIA	23/5	DIAGNOSTICO EN HOTELERIA	DTI 6 –Hoteleria: Diagnostico-
13	27/5	PARCIAL	30/5	COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA HOTELERA	DTI 6 –Hoteleria: Pautas de competitividad-
14	03/6	ESTUDIO DE CASOS EN HOTELERIA	06/6	GASTRONOMIA	DTI 6 –Gastronomia-
15	10/6	ESTUDIO DE CASOS EN GASTRONOMIA	13/6	PLANIFICACION	DTI 6 –Planificación-
16	17/6	TEORIA DE LA PLANIFICACION Casos	20/6	COMERCIALIZACION	DTI 6 –Comercialización-
17	24/6	RECUPERATORIO	27/6	COMUNICACION	DTI 6 –Comunicación-
18	01/7	COMERCIALIZACION Y COMUNICACIÓN. Casos	04/7	INSTITUCIONES DEL TURISMO	DTI 6 –La industria de la Hospitalidad y las Instituciones-
19	08/7	TALLER DE CASOS	11/7	FIN CICLO LECTIVO	

El **Plan de Trabajo** podra sufrir modificaciones por la incorporación de conferencias de especialistas en fechas a definir.

Material educativo. Este material –DOCUMENTOS TECNICOS INFORMATIVOS -corresponde a toda la información necesaria para permitir el cursado de cada modulo del curso.

Actividades. Se podra realizar durante la cursada **CONFERENCIAS y DEBATES**. 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.

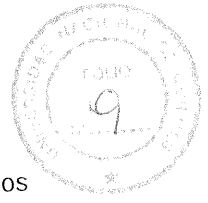
¿Qué es un caso?. Es el planteamiento de un problema, que comúnmente ha sucedido en la realidad, y al que se le debe encontrar una solución.

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.

Sistema de evaluación. El cursado de la asignatura INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD en el ciclo lectivo 2003 sera aprobada con:

1.1 La presentación y aprobación de los trabajos practicos.

Presentación:

a/ carpeta tamaño carta, procesador de textos Word o Page Maker

b/ disquete 3 1/2 procesador de textos Word o Page Maker.

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 GRUNEWALD
MARZO DE 2003