



UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Diplomatura en Ciencias Sociales

Area: Administración

Nucleo: Cursos orientados a Carrera de Administración Hotelera

Curso

INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

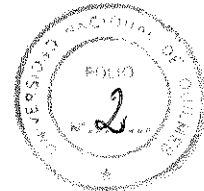
PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

Cátedra

LUIS A. GRÜNEWALD

LILIANA SALOMONE

CICLO LECTIVO 2001



UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Diplomatura en Ciencias Sociales

Area: Administración

Núcleo: Cursos orientados a Carrera de Administración Hotelera

Curso

INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

Carga horaria:

Cuatro (4) horas semanales durante un (1) semestre

Curso 1: Día martes y jueves de 9 a 11.00 hs.

Curso 2: Día martes y jueves 14 a 16.00 hs.

Curso 3: Día martes y jueves 20.30 a 22.30 hs.

Inicio de actividades: 8 de agosto de 2000

Finalización de actividades: 14 de diciembre de 2000

Cátedra

Titular

Arq. LUIS ALBERTO GRÜNEWALD

Profesor Adjunto

Exp. en Turismo LILIANA SALOMONE

Ubicación de la asignatura:

Corresponde a los Cursos orientados a la Carrera de Administración Hotelera dentro del Ciclo de la Diplomatura en Ciencias Sociales.

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.

Metodología General Educativa

El dictado de la asignatura estará estructurado en base a la siguiente modalidad:

- 1- Clases teóricas expositivas.
- 2- Trabajos de gabinete coordinados por la cátedra que en base a premisas o hipótesis de trabajo elaborara trabajos de investigación que llevara al posterior debate conjunto de las conclusiones del mismo.
- 3- Invitación a especialistas que desarrollaran distintos temas del programa analítico de la asignatura.

EVALUACION

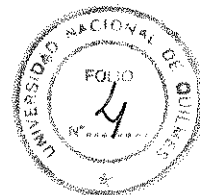
1- El cursado y la aprobación de la materia del ciclo lectivo 2004 sera aprobada con:

1.1 La presentación y aprobación de un informe técnico junto a la exposición y discusión conjunta de un estudio sobre temas relacionados a la Industria de la Hospitalidad.

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 Dos -2- evaluaciones parciales con recuperatorio en fecha a designar durante el ciclo lectivo.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
Diplomatura en Ciencias Sociales

Area: Administración
Núcleo: Cursos orientados a Carrera de Administración Hotelera

Asignatura
INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

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.

El objetivo pedagógico de la Catedra de **INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD** es desarrollar un proceso de enseñanza-aprendizaje que permita conocer esta temática particular en el campo de la actividad turística en función de un pensamiento teórico, abstracto y de reflexión estratégica.

A partir de que investigaciones recientes muestran que la evolución del mercado de trabajo tiende hacia la generación de una demanda de profesionales que posean una sólida formación general y flexible. Los principales puntos a considerar para la formación de estos profesionales son:

- CAPACIDAD DE PENSAMIENTO TEORICO Y ABSTRACTO.
- LA POSIBILIDAD DE PENSAR ESTRATEGICAMENTE, PLANIFICAR Y RESPONDER CREATIVAMENTE A SITUACIONES NUEVAS.
- LA POSESION DE UNA COMPRESION GLOBAL DEL PROCESO TECNOLOGICO FORTALECIDA POR UNA SOLIDA FORMACION LOGICO-MATEMATICA E INFORMATICA.
- AUTONOMIA EN LA TOMA DE DECISIONES Y DISCIPLINA EN EL TRABAJO.

El proceso de cambio tan acelerado que observamos hoy nos lleva a revalorizar para el alumno, futuro profesional, la necesidad de una capacitación general abstracta y abarcativa; capacitación que requiere un proceso de aprendizaje continuo y de adaptación al cambio.

Este proceso de EDUCACION PERMANENTE debe ser concebida como una necesidad para todos aquellos que no quieran quedar relegados del actual mercado de trabajo.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA ASIGNATURA

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.

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 educando en el conjunto de instituciones relacionadas con el turismo y la recreación.

Arq. LUIS A. GRÜNEWALD



UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Diplomatura en Ciencias Sociales

Núcleo de Cursos orientados a Carrera

Asignatura

INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

Cátedra

LUIS ALBERTO GRUNEWALD

CONSULTOR EN COMUNICACION Y DESARROLLO TURISTICO.
MIEMBRO DE LA ASSOCIATION INTERNATIONALE D'EXPERTS
SCIENTIFIQUES DU TOURISME -AIEST-
DIRECTOR DE LA CONSULTORA *BARROSO, GRÜNEWALD & ASOCIADOS*.
COORDINADOR DEL SISTEMA EDUCATIVO-INFORMATIVO DEL CONSEJO FEDERAL DE TURISMO
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.

LILIANA E. SALOMONE

EXPERTA Y ASESORA EN TURISMO
ESPECIALISTA EN PLANIFICACION URBANA
ASESORA DE LA DIRECCION GENERAL DE CASCO HISTORICO DE LA
SUBSECRETARIA DE PATRIMONIO CULTURAL. SECRETARIA DE CULTURA DE LA CIUDAD
AUTONOMA DE BUENOS AIRES
DOCENTE DE PLANIFICACION ESPAVCIAL DE TURISMO EN LA UNIVERSIDAD DE MORON

Contenidos temáticos y bibliografía
PROGRAMA ANALITICO AÑO 2001



MODULO 1

EL TIEMPO LIBRE DEL HOMBRE

Conceptos introductorios.

- 1.1 Industria de la hospitalidad: encuadre teórico y lingüístico.
- 1.2 Análisis del fenómeno del tiempo libre. Su problemática. Tiempo libre “de” y “para”. Relación tiempo de trabajo y tiempo libre.
- 1.3 Turismo: concepto y definiciones. Viajeros, visitantes y turistas. Clasificación. El turismo social y el subsidio.
- 1.4 Consecuencias del turismo desde la óptica económica, política, social, cultural, ambiental. Interrelaciones conceptuales.

Bibliografía obligatoria.

Munné, Frédéric. “Psicosociología del tiempo libre”. Editorial Trillas. México, 1990. Capítulo 6 – 7.

Haulot, Arthur. “Turismo social: fenómeno universal” BITS, México, 1980.

Foster, Dennis. “Introducción a la industria de la hospitalidad”. Mc Graw-Hill, México, 1997. Capítulos I y II.

Budhiba, Abdelwahab. *El turismo y las tradiciones culturales*

OMT Recomendaciones sobre estadísticas de Turismo.

MODULO 2

LA DEMANDA TURÍSTICA

Demanda turística: 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.



Bibliografía obligatoria.

Barroso, Jorge, Barrios, Marcelo y Grünewald, Luis. "El turismo desde la economía. El turismo no es para todos".

Grünewald, Luis. Demanda turística: el valor psicológico de las vacaciones. Documentos de Turismo N° 2. USAL/SECTUR, 1998.

Grünewald, Luis, Di Santo, Silvia. Demanda turística. Documentos de Turismo N° 1. USAL/SECTUR, 1997.

Comisión Nacional Asesora para la Integración de Personas con Discapacidad. "Accesibilidad. Terminología".

MODULO 3

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Marco conceptual e histórico del turismo.

3.1 Análisis teórico e histórico de la evolución del turismo.

El mercado turístico.

3.2 La oferta turística. Los principales flujos y destinos turísticos. Países emisores y receptores. Importancia de los cálculos estadísticos.

3.3 Concepto de marketing. El enfoque del marketing en el desarrollo del turismo. Aplicación del marketing en la comercialización. El rol de la ANT en el proceso de marketing.

Bibliografía obligatoria.

El turismo extranjero en Argentina y Área Metropolitana. 1996-2000. Secretaría de Turismo. Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

OMT Datos esenciales 2000.

Grünewald, Luis. *Política, marketing, competitividad, posicionamiento, planificación y control de gestión*. Texto de cátedra.

Grünewald, Luis. *Marco conceptual e histórico del turismo*. Texto de cátedra.

Grünewald, Luis, Barrios, Marcelo y Wagner Mariela. "Marketing y Calidad en el turismo". Fundación Turismo para Todos. 2001

Porter, Michael. "La nueva era de la estrategia" Mañana University, Buenos Aires, 1997.

Peppers, Don y Rogers, Martha. "Uno por uno: el marketing del siglo XXI" Mañana University, Buenos Aires, 1996.

Peppers, Don. "Competencia en la era interactiva". Mañana University, Buenos Aires, 1997.



MODULO 4

LA RELACIÓN CALIDAD-PRECIO

Estudio de mercado.

4.1 La investigación del mercado. Procesos de investigación. Pautas metodológicas para la realización de un estudio de mercado. Estudio de caso: productos principales, sustitutos y complementarios.

Negocios.

4.2 Gestión de negocios: definición, encuadre teórico y lingüístico. La estructura lógica del negocio. Diferenciación, especialización.

Calidad de los servicios.

4.3 La relación conceptual entre calidad, competitividad, posicionamiento y marketing para el empresario turístico. El "valor" relacionado a la calidad y el precio. Pautas de calidad en el servicio. La satisfacción de la demanda como eje de la competitividad. Factores comparativos y competitivos desde la calidad y el precio.

4.4 Estudio de casos.

Precio.

4.5 La investigación del mercado. Características generales de la variable precios. Variables de competitividad de la empresa de servicios en el mercado a partir de los precios. La relación calidad-precio.

Bibliografía.

Acerenza, Miguel Angel. "Administración del Turismo". Vol. 1. Cap.6. Editorial Trillas. México, 1991.

Grünewald, Luis y Barrios, Marcelo. "Gestión de negocios turísticos" Universidad Libro 2000. Buenos Aires, 2000.

Grünewald, Luis, Barrios, Marcelo y Wagner Mariela. "Marketing y Calidad en el turismo". Fundación Turismo para Todos. 2001

Grünewald, Luis. *Estudio de mercado*. Texto de cátedra.

OMT "Introducción al turismo" Egraf. Madrid, 1998. Pág. 277-318.

Fayos-Sola, Eduardo. "Competitividad y calidad en la nueva era del turismo". Estudios Turísticos, Madrid.

Wagner, Mariela. "*Calidad, evolución conceptual*". Texto de cátedra.

Bibliografía complementaria.

Grünewald, Luis Sanjuanbenito, Rafael, Pantano, Liliana y Di Santo, Silvia. "Turismo para todos: pautas de calidad de atención para personas con capacidades restringidas".



MODULO 5
**LA HOSPITALIDAD EN
HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

Pautas de calidad en hotelería y gastronomía.

5.1 Métodos de propiedad y administración hotelera.

5.2 Diagnóstico general de la hotelería y gastronomía. Variables principales de valoración desde la óptica de la demanda. Variables de competitividad de la empresa hotelera en el mercado.

5.3 Pautas de calidad para el servicio. Marca e imagen.

5.4 Inversiones, propiedad y cadenzación en la hotelería internacional.

Bibliografía.

Foster, Dennis. "Introducción a la industria de la hospitalidad". Mc Graw-Hill, México, 1997. Capítulos III.

Videla, Gabriel. "La expansión encadenada". Universidad de Morón. Buenos Aires, 1999.

Schlüter, Regina. "Alojamiento turístico". Fundación Universidad a Distancia "Hernandarias". Buenos Aires, 1993.

Grünwald, Luis. "Hotelería: Manual de calidad de atención para empresarios de establecimientos turísticos". SECTUR, 1999.

MODULO 6
**PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA
DE ACTIVIDADES**

La planificación como instrumento de gestión.

6.1 Planificación estratégica: concepto y precisiones conceptuales. Instrumentos de planificación: planes, programas y proyectos. Formulación del plan y sus instrumentos, ejecución y control de gestión. Estudio de caso.

6.2 Planificación social tradicional. Proyecto social. Estado y proyectos sociales. Actores. Participación.

6.3 Plan de negocios. Marco conceptual y metodológico.

6.4 Plan de marketing. Marco conceptual y metodológico.



Bibliografía.

OMT "Introducción al turismo" Egraf. Madrid, 1998. Páginas 179-189.

Robirosa, Mario y otros. "Turbulencia y planificación social". Siglo XXI, España Editores, 1990.

"Planificación". Texto de cátedra.

MODULO 7

LA INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD Y LAS INSTITUCIONES

Las instituciones y el desarrollo del tiempo libre.

7.1 Administración pública. Elementos fundamentales del Estado. Autonomía y autarquía. Jurisdicción y dominio. Necesidad de la intervención pública en el mercado turístico.

7.2 Administración del turismo. Competencias y función. La coordinación como función básica del ONT. Roles del sector público y privado en el uso del tiempo libre.

7.3 Organismos e instituciones nacionales e internacionales relacionados con la actividad.

Bibliografía.

Acerenza, Miguel Angel. "Administración del Turismo". Vol. 1. Cap.7. Editorial Trillas. México, 1991.

Domínguez de Nakayama, Lía. "Relevamiento turístico". Cap. 7. Centro de Estudios Turísticos, Santa Fe, 1994.

La industria de la hospitalidad y las instituciones. Texto de cátedra.

OMT "Introducción al turismo" Egraf. Madrid, 1998. Páginas 161-176.