

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
Departamento de Ciencias Sociales
Carrera de Administración Hotelera

Área: Hotelería

Diplomatura en Ciencias Sociales

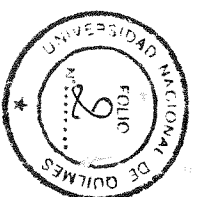
Núcleo: Cursos generales orientados a la carrera de Administración Hotelera

Asignatura: Industria de la Hospitalidad

Carga horaria: 4 horas semanales

Docentes: Dra. Regina Schlüter y Lic. Gloria Lacanau

Créditos: 10



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

UNIDADES TEMÁTICAS

UNIDAD 1: Conceptualización del turismo. Definiciones conceptuales y operacionales. El turismo desde la óptica de otras ciencias. Clasificación de los viajeros nacionales e internacionales.

UNIDAD 2: Evolución del turismo. Antecedentes y propulsores de su crecimiento. El turismo de masas. Las nuevas formas de turismo de fines del siglo XX. La evolución del turismo en Argentina.

UNIDAD 3: El turismo en el mundo. Principales regiones emisoras y receptoras de turismo en el mundo. Características del turismo en las diferentes regiones de la OMT. Nuevas tendencias y nuevos retos.

UNIDAD 4: El turismo como sistema. El esquema de Leiper: los elementos geográficos y los componentes económico y psicológico. Interrelaciones con el entorno. El componente de Sergio Molina y la superestructura turística.

UNIDAD 5: La industria turística. Características generales. Diferencias entre industria turística formal e informal. La agencia de viajes: características generales, clasificación, su situación en Argentina.



UNIDAD 6: La industria de la hospitalidad. Alojamiento y experiencia turística. Clasificación y tipología de los alojamientos. Principales tendencias mundiales. La restauración: diversificación; tipología.

UNIDAD 7: Transporte y turismo. Los diferentes medios de transporte: transporte aéreo, por carretera, ferroviario y transporte por agua. La situación del mercado y las principales tendencias actuales del transporte.

UNIDAD 8: Los atractivos turísticos. Clasificación. Principales características. La tematización de la oferta recreativa. Los parques temáticos: Principales características y su incidencia en el desarrollo del turismo.

UNIDAD 9: Las motivaciones en el turismo. Diferencia entre razones, motivaciones y necesidades. Jerarquía de las necesidades humanas: la pirámide de Maslow. Las motivaciones como factores determinantes de la demanda. Turistas aloctéricos y psicocéntricos.

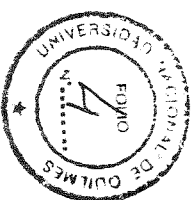
UNIDAD 10: Marketing. Concepto de marketing. El marketing turístico. Plan de marketing turístico. La investigación de mercados. El marketing mix y las campañas de marketing. Segmentación. Posicionamiento.

UNIDAD 11: Las nuevas tecnologías en turismo. La tecnología como ventaja competitiva. Utilización de las tecnologías de la información por la oferta y los canales de distribución turísticos. Convergencia de la tecnología.

UNIDAD 12: Planificación y desarrollo de los destinos turísticos. La planificación como un instrumento de gestión. El espacio como base de la oferta turística. Recursos turísticos. Planificación de la actividad turística.

UNIDAD 13: La intervención del estado en el turismo. Áreas de intervención del estado. Las tareas de la autoridad pública en el destino. Políticas turísticas. Organizaciones turísticas nacionales e internacionales.

UNIDAD 14: Impactos del turismo. Los impactos económicos. Impactos medioambientales. Impactos socioculturales. Principios del desarrollo sustentable del turismo. Campos de actuación que influyen en el turismo sustentable.



BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

- **El fenómeno turístico. Reflexiones desde una perspectiva integradora.** Schlüter, R. Y Winter, G. Editorial Docencia. Buenos Aires 1997
- **Introducción al turismo.** Organización Mundial del Turismo, OMT, Madrid 1998
- **Una introducción al turismo.** Lickorish, L y Jenkins, C. Editorial Síntesis, Madrid 2000

BIBLIOGRAFIA AMPLIATORIA

- **Alojamiento turístico rural. Gestión y comercialización.** Martínez, F.J. y Solsona Monzonís, J. Editorial Síntesis, Madrid 2000
- **Economía del ocio y el turismo.** Tribe, J. Editorial Síntesis, Madrid 2000
- **El turismo en Argentina. Del balneario al campo.** Schlüter, R. C.I.E.T., Buenos Aires 2001
- **Geografía del turismo en el mundo.** Meplier, A. y Bloc-Duraffour, P. Editorial Síntesis, Madrid 2000

METODOLOGIA

- Asistencia no inferior al 75% de las clases teórico-prácticas
- Aprobación de trabajos prácticos, exámenes parciales, trabajos de investigación, coloquios, test de lecturas

EVALUACIÓN

- Se evaluará constantemente la participación en clase que será considerada a partir de las siguientes dimensiones: capacidad de análisis, claridad, actitud y frecuencia en las intervenciones.
- La aprobación de la asignatura se remite al Régimen de Estudios, Art. 8, 9 y 10, Resolución del Consejo Superior N° 066/00.