

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

Carrera: Diplomatura en Ciencias Sociales con orientación a Administración Hotelera

Asignatura: Introducción a la Industria de la Hospitalidad

Carga horaria: 5 horas

Profesor: Dra. Regina G. Schlüter

Tipo de asignatura: teórica

Objetivos: Análisis de los aspectos generales del turismo abarcando desde los aspectos teóricos hasta la instrumentación de los servicios turísticos que conforman lo que se denomina industria de la hospitalidad. Se pondrá el acento en las tendencias predominantes en la actividad hacia los comienzos del nuevo milenio.

CONTENIDOS TEMATICOS

UNIDAD 1: El turismo como actividad económica

- 1.1. Magnitud y crecimiento de la industria turística
- 1.2. Importancia del turismo en la economía
- 1.3. Principales regiones receptoras y emisoras a escala mundial
- 1.4. Tendencias regionales del turismo internacional
- 1.5. El turismo argentino en cifras
- 1.6. Nuevos retos del sector turístico

UNIDAD 2: Turismo: concepto y definiciones

- 2.1. Concepto y definiciones de turismo
- 2.2. Concepto de tiempo libre
- 2.3. El sistema turístico

UNIDAD 3: Concepto y tipologías de la demanda turística

- 3.1. Concepto y definición de demanda turística
- 3.2. Factores determinantes de la demanda turística



UNIDAD 4: Oferta turística

- 4.1. La industria de la hospitalidad y la experiencia turística
- 4.2. Clasificación de los alojamientos. La clasificación argentina
- 4.3. Servicios de alimentación. Principales tendencias nacionales e internacionales

UNIDAD 5: Transporte

- 5.1. Relación transporte - turismo
- 5.2. Evolución del transporte de pasajeros
- 5.3. Principales medios de transporte. El transporte turístico
- 5.4. El transporte ferroviario turístico en Argentina
- 5.6. Tendencias actuales del transporte de pasajeros

UNIDAD 6: Atracciones: turismo temático

- 6.1. Importancia de la atracciones para el turismo
- 6.2. Tipología de atracciones
- 6.3. Planificación y gestión de las atracciones turísticas
- 6.4. El auge del turismo temático. El turismo temático en Argentina

UNIDAD 7: Distribución en el turismo

- 7.1. Distribución en el turismo: las agencias de viajes
- 7.2. La estructura del sistema de distribución turística en Argentina
- 7.3. Principales tendencias internacionales y nacionales

UNIDAD 8: Necesidad de intervención del Estado en el turismo

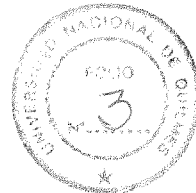
- 8.1. Los Organismos Nacionales de Turismo. Funciones y estructura
- 8.2. Políticas turísticas
- 8.3. Niveles de intervención del Estado en el turismo

UNIDAD 9: Planificación y desarrollo de los destinos turísticos

- 9.1. Planificación como instrumento de gestión
- 9.2. El espacio como base de la oferta turística
- 9.3. Los recursos turísticos
- 9.4. Planificación de destinos turísticos
- 9.5. El rol de los organismos internacionales en la planificación del turismo

UNIDAD 10: Competitividad en el turismo

- 10.1. Necesidad de lograr la competitividad en la industria turística
- 10.2. Ventaja comparativa versus ventaja competitiva



10.3. Marcos conceptuales de competitividad

10.4. Modelos de competitividad

10.5. Factores clave de la competitividad

Unidad 11: Impactos económicos del turismo

11.1. Beneficios y costos económicos del turismo

11.2. Evaluación del impacto económico del turismo

Unidad 12: Impactos socioculturales del turismo

12.1. Costos y beneficios socioculturales del turismo

12.2. El rol de la población receptora en el turismo

Unidad 13: Turismo y medio ambiente

13.1. Turismo y naturaleza

13.2. Impactos del turismo sobre el medio ambiente físico

Unidad 14: Desarrollo sostenible del turismo

14.1. Desarrollo sostenible. Principios básicos

14.2. Elementos básicos del desarrollo sostenible

14.3. Ecoturismo y desarrollo sostenible

Unidad 15: El marketing en la industria turística

15.1. Concepto de marketing y concepto de marketing turístico

15.2. Márketing estratégico y marketing operativo

15.3. Plan de marketing

15.4. La investigación de mercado

15.5. El marketing mix

Unidad 16: Gestión de la calidad total en el turismo

16.1. Concepto de calidad total en el turismo

16.2. Gestión de la calidad total

16.3. Sistemas y marcas de calidad en el turismo

Unidad 17: Tecnologías de la información en el turismo

17.1. La tecnología como ventaja competitiva

17.2. Aplicación de la tecnología informática a los distintos sectores del turismo

Unidad 18: Turismo y recursos humanos

- 18.1. Importancia de las personas en el turismo
- 18.2. El mercado laboral turístico
- 18.3. Perfil de las diferentes profesiones turísticas
- 18.4. Formación y turismo

Unidad 19: Principales tendencias del turismo hacia el comienzo del tercer milenio

- 19.1. Principales cambios
- 19.2. Los factores de cambios
- 19.3. Perspectivas del crecimiento del turismo

Bibliografía obligatoria

- OMT, Introducción al turismo, Madrid, 1999
- Regina Schlüter y Gabriel Winter, El fenómeno turístico: una perspectiva integradora, Editorial Docencia, 1997

Bibliografía de consulta

- Miguel A. Acerenza, Administración del turismo, Tomo 1 y 2. Editorial Trillas, México
- Adrian Bull, La economía del sector turístico, Alianza Editorial, Madrid
- Javier Cerra y otros, Gestión de producción de alojamientos y restauración. Editorial Síntesis, Madrid
- Alister Mathieson y Geoffrey Wall, Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales, Editorial Trillas, México
- Fernando Muñoz Oñate, Marketing turístico, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A., Madrid
- Mercado, Informes sectoriales N° 4: Turismo, Enero 1999
- OMT, Anuario de estadísticas del turismo, Madrid
- Regina Schlüter y Gabriel Winter, La agencia de viajes en Argentina: Organización y operación, Editorial Docencia, Buenos Aires
- Secretaría de Turismo de la Nación, Argentina: El turismo en cifras, Buenos Aires
- UNESCO, Turismo cultural en América Latina y el Caribe, La Habana

Metodología: Se promoverá la participación del estudiantado para que logre integrar los conceptos teóricos a la realidad de su entorno. Para aprobar la asignatura es necesario realizar un trabajo práctico y aprobar dos parciales

Evaluación: Los estudiantes que obtengan una nota igual o superior a 7 (siete) promocionarán la asignatura.