

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: Comodoro Rivadavia			
PROGRAMA DE: Administración de Empresas Turísticas		DEPARTAMENTO DE: Turismo	
		Carrera: Licenciatura en Turismo	
Cursado 2do Cuatrimestre	Días de clase: Jueves	Horarios: 12 a 16	Aula/s: a confirmar
PROFESOR RESPONSABLE: Lic. Leonardo M. Jones			AÑO 2020
EQUIPO DE CÁTEDRA: JTP: Lic. Facundo A. Raso			

1- FUNDAMENTACIÓN

En esta propuesta de trabajo se sostiene el objetivo cada vez más necesario de acercar los contenidos vistos en el aula a los requisitos laborales y empresariales de la actividad turística.

Asistimos en la actualidad a un período de grandes cambios, agencias de viajes que llevan años de adaptación hoy ya enfrentan una realidad en la que la contratación directa amenaza fuertemente el futuro de su prominente rol intermediador. Tal es así que un proyecto de una *app* para senderismo o para seleccionar y ubicar servicios en un destino podría presentar mayores utilidades a un turista que un proyecto de una agencia de viajes. Esto presenta un gran desafío a los docentes de carreras de turismo u otros servicios.

A la vez, formas de contratación, jornadas laborales, mediciones de desempeño y formas de pago entre otros, son algunos aspectos que están sufriendo fuertes transformaciones por efecto de los avances tecnológicos y los cambios sociales, lo cual obliga a las cátedras a adaptar sus contenidos para ser útiles y llegar a brindar herramientas para los futuros profesionales.

2- OBJETIVOS

* OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA:

- Comprender las funciones internas de las Empresas Turísticas y su rol y funciones dentro del contexto en que se desarrollan las actividades turísticas.
- Conocer e integrar las herramientas tecnológicas aplicables al desarrollo de la actividad profesional turística.
- Desarrollar actividades inherentes al management empresarial, generar y participar de investigaciones o estudios de mercado sobre cuestiones o casos ligados a las empresas turísticas y los mercados turísticos.
- Aprender técnicas de gestión empresarial propias de la actividad turística, y su relación con los factores de producción y demás elementos internos y externos del sector y su entorno.
- Conocer las características de la actividad turística mundial, nacional y regional, así como las distintas reglamentaciones en vigencia que regulan las actividades empresariales.

* OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA ASIGNATURA:

- Desarrollar el pensamiento crítico y asociativo, así como una mentalidad emprendedora y flexible que permita evolucionar en la actividad de las empresas turísticas al ritmo de los nuevos paradigmas y conforme la implementación de nuevas tecnologías y cambios socio-político-económicos nacionales e internacionales.
- Conocer los motivos que generan la existencia de cada tipo de empresa turística, nuevos servicios e innovaciones, sus roles actuales y los más modernos tipos de organización que se pueden presentar según su actividad o modalidad de operación.
- Desarrollar capacidad interpretativa de los factores y características que engloban a la actividad de las empresas turísticas, como así mismo de las políticas -sociales, económicas y organizacionales- relacionadas con el Turismo, que permitan impulsar acciones tendientes a la adecuación del rol del profesional en turismo a los actuales contextos de gestión y management.
- Comprender y aplicar las herramientas profesionales para desarrollar la actividad de gestión empresarial y la elaboración y prestación de los distintos productos y servicios turísticos propios de cada tipo de empresa turística, dentro de los estándares de calidad y niveles de excelencia que la actualidad del mercado requiere.
- Conocer y comprender las tecnologías y fuentes de información ligadas a la actividad turística que permitan una mayor eficiencia y eficacia en la tarea profesional y empresarial de las organizaciones turísticas, acceso a nuevas tecnologías y adecuación rápida a las turbulencias del marco contextual en que se desarrolla la actividad empresarial en el mercado turístico global.
- Desarrollar una actitud de trabajo en equipo tanto con profesionales y colaboradores ligados a la Actividad Turística, como en forma interdisciplinaria con otros profesionales de áreas relacionadas a la misma.
- Adquirir una ética profesional que permita el desarrollo de la actividad empresarial, de gestión y management con alto índice de calidad y en constante evolución, capacitación y perfeccionamiento.

3- METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA

Las clases tendrán un contenido y desarrollo teórico y práctico. Sobre la base de la actual carga horaria de la asignatura (4 hs. semanales), la dinámica de las horas de cátedra tendrá el siguiente esquema:

* **Clases TEÓRICAS:** se introducirá el tema de estudio buscando la participación de los alumnos por medio de comentar sus experiencias con el tópico y aportando sitios web en los que se pueda chequear y ampliar lo tratado. Seguidamente, se desarrollarán y definirán los conceptos correspondientes a la temática abordada, dejando claramente sentada la postura que la cátedra toma luego de los debates que se den en el aula y demás espacios físicos o virtuales que se empleen.

Es importante aclarar que el aula es un espacio de intercambio, donde si bien el docente es la autoridad, todos podemos aprender de todos, y cada alumno es una fuente de conocimiento, experiencias y aporte de planteos y formas de concebir las realidades de cada materia, por lo que la postura conceptual tomada sobre el final de las clases, unificando criterios, estará coordinado por los docentes pero se basará sobre la participación de todos los asistentes.

Finalmente, se brindará a los alumnos un resumen de la bibliografía y fuentes en relación con los temas estudiados. Cabe resaltar que, no obstante el carácter teórico de estas clases, se sostendrá una tendencia a buscar los ejemplos más prácticos, reales y actuales tanto de nuestra provincia como

del resto del mundo, según corresponda.

Una porción de las horas de **Clases Teóricas** será destinada a **Clases de Consulta**.

* **Clases PRACTICAS:** se efectuarán actividades prácticas relacionadas con las temáticas abordadas en las clases teóricas, por lo cual al finalizar cada módulo temático se elaborará un Trabajo Práctico que integre los conceptos abarcados, el cual podrá ser domiciliario, de campo o a desarrollar en aula; para la aplicación de los conocimientos y técnicas desarrolladas durante las clases teóricas. Dichos trabajos prácticos podrán estar a cargo del Jefe de Trabajos Prácticos o Auxiliar, mientras la cátedra posea tal cargo. En tal caso el docente adjunto coordinará con su auxiliar la planificación y elaboración de las consignas.

* **EXTENSIÓN e INVESTIGACIÓN:** El sector hotelero y el de agencias de viajes, así como algunos emprendimientos gastronómicos, son sumamente ricos para realizar actividades de extensión, tanto visitas a establecimientos, como la participación en eventos, ferias y congresos. Es la intención para con esta cátedra gestionar con los propietarios de los establecimientos destacados o modelos visitas a los mismos. Además, conjuntamente con las autoridades de la universidad y con los funcionarios de la localidad de Comodoro Rivadavia, y dependiendo de las posibilidades económicas del alumnado, es viable planificar viajes, visitas u otro tipo de actividad relacionada con ferias, congresos o capacitaciones de los más relevantes para la actividad empresarial del sector turístico.

Los proyectos extensionistas que se propondrán a los alumnos desde la cátedra, abarcarán temáticas y problemáticas relacionadas con las Empresas Turísticas, ofreciendo investigación aplicada, capacitación y asesoramiento a las organizaciones públicas (SECTUR., Organismos oficiales de Turismo de la Provincia del Chubut y de la Municipalidad de Comodoro Rivadavia) y privadas (BUREAU CDR, Cámara de Turismo CDR, etc.), que pueda brindarse desde el seno del equipo docente y alumnos avanzados de la asignatura.

Por otra parte, el desarrollo de la actividad hotelería en esta localidad presenta un campo atractivo para que el alumnado inicie investigaciones tanto cuantitativas como cualitativas. Existen antecedentes de trabajos de investigación realizados desde la facultad de económicas de la UNPSJB, por lo que incluso se podría plantear actividades conjuntas entre facultades. El Observatorio Económico de Turismo, dirigido por las docentes Mirta Mas (Com. Riv.) y Piedad Losano (Tw), podría ser uno de los espacio propicios para el inicio de actividades de investigación.

En Investigación, la idea es comenzar a realizar ciertas actividades, como por ejemplo encuestas de verano con turistas sobre un tópico determinado o bien realizar algún trabajo con establecimientos hoteleros. La idea es que en el equipo de cátedra llegue a haber un cargo con dedicación exclusiva y la posibilidad de dirigir proyectos de investigación más complejos.

* CONTENIDOS TEMATICOS DE LA MATERIA:

Conforme los contenidos mínimos de la asignatura incluidos en el plan de estudio de la carrera de Licenciado en Turismo puntualizados en forma precedente, se ha diseñado el programa analítico de la materia en siete (07) unidades temáticas que responden a tres aspectos fundamentales de la asignatura:

a) Un enfoque macro introductorio a la actividad de las Empresas Turísticas y el rol del profesional en turismo dentro del fenómeno de la actividad y el mercado turístico, como una necesidad intrínseca de la complejidad de las relaciones que se dan en el seno de la misma.

b) Los contextos político, social, económico e institucional que interactúan con la actividad de las Empresas Turísticas y el profesional en turismo, delineando el estado del arte en forma permanente.

c) Un enfoque micro relacionado con las características específicas de la Empresa y el Empresario Turístico, y las particularidades de los distintos tipos de empresas turísticas que se corresponden con los diversos productos y servicios que conforman el Mercado Turístico actual.

ACTIVIDADES ACADÉMICAS EXTRACURRICULARES:

- Se fomentarán las acciones tendientes a lograr la participación de los alumnos cursantes (acompañados por los integrantes del equipo de cátedra) a efectos de:

* Visitar empresas turísticas locales.

* Concurrencia a eventos y/o seminarios, congresos - tanto locales, regionales como nacionales- ligados a la actividad empresarial turística, al mercado turístico o al ámbito de la investigación del fenómeno turístico.

* Realización de charlas, mesas redondas y debates con la asistencia de personas ligadas a organizaciones y empresas relacionadas con la actividad turística (vgr.: autoridades de las organizaciones del sector: CAT, funcionarios de organismos oficiales de turismo: SECTUR., Organismo de Turismo Municipal., Cámara de Turismo de CDR, Bureau CDR, empresarios, funcionarios y/o gerentes destacados ligados a los distintos prestadores de servicios turísticos -tanto en el medio local como el regional y nacional- como ser: compañías aéreas, hoteles, agencias de viajes, etc.).

* Proyección de videos con charlas y cursos sobre la actividad empresarial y turística.

* Participación en cursos de capacitación sobre manejo de nuevas tecnologías ligadas a la actividad turística (Sistemas de reservas, desarrollo web, manejo de redes sociales, navegación por INTERNET en base a nuevos criterios de búsqueda establecidos por *Google*, sistemas de front y back-office de diversos tipo de empresas turísticas, etc.).

4- CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

A) ALUMNOS PROMOCIONADOS (*):

La materia se aprobará con el cumplimiento de los siguientes requisitos:

1) Asistencia a las clases prácticas y aprobación de trabajos prácticos: 75 %. (según Reglamento Alumnos)

2) Aprobar la totalidad de exámenes parciales escritos (02) y sus respectivos recuperatorios con una puntuación no inferior a 6 (seis).

3) Participación activa en la realización de -cómo mínimo- un estudio y/o investigación sobre temas propuestos por el equipo de cátedra, con la elaboración del correspondiente informe del trabajo realizado.

4) Coloquio final.

(*) Consultar la promoción de la asignatura en el departamento alumnos

B) ALUMNOS REGULARES:

El concepto se obtendrá con el cumplimiento de los siguientes requisitos:

*1) Asistencia a las clases prácticas y aprobación de trabajos prácticos: 70 %
Trabajos Prácticos en Anexo I*

2) Aprobación de dos (2) exámenes parciales escritos y sus respectivos recuperatorios, con una puntuación no inferior a 4 (cuatro).

3) Realización de un Trabajo Final de Integración, que consistirá en el desarrollo de un Plan de Negocio para un proyecto turístico.

La aprobación definitiva de la asignatura se obtendrá por medio de un examen final, oral y escrito, con una nota no inferior a 4 (cuatro).

C) ALUMNOS LIBRES y TERMINALIDAD:

La materia se aprobará con el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- Aprobar un trabajo de investigación presentado como "informe" sobre un tema seleccionado por el equipo de Cátedra, el cual guardará relación con el contenido del programa analítico. Deberá ser presentado con una antelación no menor a un mes respecto de la fecha de examen elegida por el alumno.
- Desarrollar un Plan de Negocios.
- Aprobar examen final escrito y oral.

Los alumnos que reúnan las condiciones para ser incluidos en un plan de terminalidad y requieran acreditar esta asignatura, podrán tener entrevistas con el equipo de cátedra, asistir a las clases que consideren necesarias para el desarrollo de los trabajos, así como realizar consultas, entrevistas o trabajos por medio de soportes virtuales.

5- CONTENIDOS MÍNIMOS

UNIDAD I: DEFINICIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

Conceptos: empresa, empresario, emprendedorismo, entrepreneur, mipymes y grandes empresas, transnacionales. La empresa turística. Objetivos empresariales. Características y funciones. El turismo y su impacto económico. Las Empresas Turísticas: tipos y particularidades. Localización y dimensiones. Sus complejidades. Entorno de las empresas turísticas. Tendencias actuales en oferta y demanda turística. CST y su aporte conceptual a la actividad. Identificación de Proyectos de Inversión Turística.

Bibliografía UI:

- Básica y obligatoria UI:

Ameigeiras, Celia. (2012). *Venta de servicios turísticos*. Madrid: Síntesis.

Blanco, Lorenzo Alfredo (2009). *¿Nuevas empresas... nuevas tendencias... nuevas relaciones públicas...?* Buenos Aires: Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Año 9, Número 28, Abril 2009. ISSN 1668-0227. Consultado en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=5115&id_libro=115

Casanueva Rocha, Cristóbal – Garcia Del Junco, Julio – Caro Gonzalez, Francisco J. (2000). *Organización y gestión de empresas turísticas*. España: Edit. Pirámide.

Capece, Gustavo. (2007). *Turismo, la esencia del negocio*. Buenos Aires: Edit. LADEVI Ediciones.

Longenecker, J., Petty, J. W., Palich, L. y Hoy, F. (2014). *Administración de pequeñas empresas*. México: Cengage Learning.

Marcigliano, Alejo y Otros. (2008). *Reportajes 2007*. Buenos Aires: Edit. LADEVI Ediciones.

Martin Rojo, Inmaculada. (2000). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. España: Edit. Pirámide.

Parra López, Eduardo y Calero García, Francisco. (2006). *Gestión y dirección de empresas turísticas*. McGraw-Hill.

Singer, S., Amorós, J.E., Moska D. (2015). *Informe GEM: Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report*. Consultado en:
http://www.spiritslovenia.si/resources/files/doc/publikacije/GEM_Global_Report_2014.pdf

Torrejón, Antonio y Leske, Natalia. (2009). *Diccionario de turismo*. Consultado en <http://www.giganet.com.ar/archives/2009/01/diccionario-de-turismo.html>

Velásquez Vásquez, Francisco; Peña, José Ramón y Macía, Andrés Felipe. (2005). *Agencias de viajes: Nuevos retos en la industria del turismo*. Estudios Gerenciales, 21(96), 141-174. Consultado en:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232005000300006&lng=en&tlng=pt.

- Dirección General de Política de la Pequeña Empresa. (2009). *Retrato de las pyme 2009*. Madrid: Dirección General de Política de la PYME.
- GEM. *Informes 2011/2017*. Descargados de:
<http://www.gemconsortium.org/report>
- Guía de la Cátedra.

Bibliografía Complementaria UI:

Albert Piñole, Isabel. (1999). *Gestión, Productos y Servicios de las Agencias de Viajes*. Madrid: Edit. Centro de Estudios Ramón Areces S.A.

Amadasi, Enrique (compilador) y Otros. (1999). *Política Turística Argentina: Bases para su reformulación*. Argentina: Edit. LADEVI Ediciones.

Balanza, Isabel Milio – Cabo Nadal, Mónica. (2000). *Comercialización de Productos y Servicios Turísticos*. España: Edit. Paraninfo.

Feijóo, José Luis. (2008). *La gestión aplicada a hotelería y turismo*. Buenos Aires: Ugerman.

Iglesias Tovar, J. Ramón. (2000). *Comercialización de productos y servicios turísticos*. Madrid: Síntesis.

Artículos de publicaciones: GERENCIA DE VIAJE, GERENCIA DE HOTELES, REPORT, LADEVI, EL INFORMADOR TURISTICO, AL DIA, EDITUR -edición Española y Latinoamericana- (números varios de cada publicación).

UNIDAD II: ORGANIZACIÓN, DIRECCION Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURÍSTICAS.

El proceso de la administración de empresas. Gestión de empresas. El Subsistema Dirección en las empresas turísticas. Estrategias de gestión de las empresas turísticas. Dirección, liderazgo y comunicación en la actualidad. Habilidades gerenciales modernas. Liderazgo. Negociación. La planificación y el control en las empresas turísticas. Análisis y Diseño de Estructuras Organizacionales: mipymes y g.e. Tecnologías de la Comunicación: mipymes y g.e. entrepreneur: características y habilidades. Sistemas de información. Globalización.

***Dimensionamiento y Estructuración de un Proyecto de Inversión Turística.
Pre-factibilidad Técnica de un Proyecto de Inversión Turística.***

Bibliografía Ull:

- Básica y obligatoria Ull:

Blanco, Lorenzo Alfredo (2009). *¿Nuevas empresas... nuevas tendencias... nuevas relaciones públicas...?* Buenos Aires: Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Año 9, Número 28, Abril 2009. ISSN 1668-0227. Consultado el 11 de agosto de 2017 en: http://fido.palermo.edu/servicios/dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=5115&id_libro=115

Blank, Steve; Dorf, Bob. (2013). *La Guía paso a paso para crear una Gran Empresa*. Edit. Gestión 2000.

Casanueva Rocha, Cristóbal; Garcia Del Junco, Julio y Caro Gonzalez, Francisco J. (2000). *Organización y gestión de empresas turísticas*. España: Edit. Pirámide.

Contreras, R., Arroyo, B. y López, A. (2012). *Formas de Aprendizaje en las Mipymes. Una perspectiva Socio-Cultural*. México: Ed. Universidad de Guanajuato.

Dávila, D. (2013). *Capacidades Organizacionales: Dinámicas por naturaleza*. Cuadernos de Administración, vol. 26 (núm. 47). Consultado en: http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuadernos_admon/issue/view/554/showToc

Longenecker, J.; Petty, J. W.; Palich, L. y Hoy, F. (2014). *Administración de pequeñas empresas*. México: Cengage Learning.

Martin Rojo, Inmaculada. (2000). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. España: Edit. Pirámide.

Newstrom, J., y Guzman Brito, M. (2007). *Comportamiento Humano en el Trabajo*. Mc Graw Hill.

Osterwalder, A; Pigneur, Y. (2011). *Generación de Modelo de Negocios*. Página 14. Consultado en: <http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>

Parra López, Eduardo y Calero García, Francisco. (2006). *Gestión y dirección de empresas turísticas*. McGraw-Hill.

Patlán, P. J.; García, V. M.; y Navarrate, Z. D. (s.f.). *Comportamiento organizacional positivo Vs negativo: Análisis y confrontación*. Consultado en: <http://www.redalyc.org/pdf/342/34215492006.pdf>

Patlán, P. J.; García, V. M. y Navarrete, Z. D. (2010). *El lado oscuro de las organizaciones: efectos negativos en el factor humano*. Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle, 71-86.

Robbins, S.; Judge, T.; y Brito, J. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.

Singer, S.; Amorós, J.E.; Moska D. (2015). *Informe GEM: Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report*. Consultado en: http://www.spiritslovenia.si/resources/files/doc/publikacije/GEM_Global_Report_2014.pdf

Torrejón, Antonio y Leske, Natalia. (2009). *Diccionario de turismo*. Consultado en: <http://www.giganet.com.ar/archives/2009/01/diccionario-de-turismo.html>

- ANETCOM (2007-2013). *Estrategias de Marketing digital para PyMES*. Asociación sin ánimo de lucro para el fomento del comercio electrónico empresarial y de las Nuevas Tecnologías en la comunidad Valenciana.

- CACE. (2015). *Informe de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico Argentina* <http://www.cace.org.ar/>
- Dirección General de Política de la Pequeña Empresa. (2009). *Retrato de las pyme 2009*. Madrid: Dirección General de Política de la PYME.
- GEM. Artículos varios. Global Entrepreneur Monitor. Descargados en: <http://www.gemconsortium.org/report>
- IUEAN. (2015). La administración de los emprendimientos en la era digital. Instituto Universitario Escuela Argentina de Negocios. Consultado en: http://www.iuean.edu.ar/investigacion/publicaciones/Ponencia_La_Administracion_de_los_Emprendimientos_en_la_Era_Digital.pdf
- Guía de la Cátedra.

Complementaria:

Albert Piñole, Isabel. (1999). *Gestión, Productos y Servicios de las Agencias de Viajes*. Madrid: Edit. Centro de Estudios Ramón Areces S.A0.

Przybylski, Alejandro. (1995). *Marketing de servicios turísticos*. Argentina: Edit. SURPASS.

Toffler, Alvin. (1992). *El Cambio del Poder*. España: Edit Plaza & Janes.

Valls, Josep-Francesc. (2000). *Gestión de Empresas de Turismo y Ocio – El arte de provocar la satisfacción*. España: Edit. Gestión 2000.

Artículos de publicaciones: GERENCIA DE VIAJE, GERENCIA DE HOTELES, REPORT, LADEVI, EL INFORMADOR TURISTICO, AL DIA, EDITUR -edición Española y Latinoamericana- (números varios de cada publicación).

Artículos varios autores y empresarios Revista GESTION.

UNIDAD III: PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACION EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS.

La gestión, producción y operación de los productos y servicios turísticos. Ciclo de vida de los productos turísticos. El diseño, desarrollo y posicionamiento de los productos turísticos. La venta de experiencias. Oferta y demanda. Subsistema de comercialización de las empresas turísticas. El Marketing de los productos y servicios turísticos. Estrategias de mercadotecnia. Promoción y publicidad turística. Redes sociales y su rol en las organizaciones. Investigación de mercados turísticos. Análisis estadístico. Toma de decisiones. Alianzas estratégicas.

Diseño de Productos Turísticos y sus Estrategias.

Pre-factibilidad de Mercado en Proyectos de Inversión Turística.

Bibliografía:

- Básica y obligatoria:

Ameigeiras, Celia. (2012). *Venta de servicios turísticos*. Madrid: Síntesis.

- Balanza, Isabel Milio; Cabo Nadal, Mónica. (2000). *Comercialización de Productos y Servicios Turísticos*. España: Edit. Paraninfo.
- Blanco, Lorenzo Alfredo (2009). *¿Nuevas empresas... nuevas tendencias... nuevas relaciones públicas...?* Buenos Aires: Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Año 9, Número 28, Abril 2009. ISSN 1668-0227. Consultado el 11 de agosto de 2017 en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=5115&id_libro=115
- Capece, Gustavo. (2007). *Turismo, la esencia del negocio*. Buenos Aires: Ediciones Ladevi.
- Cardozo, J.J., Hernández, B. y Ramírez, N. (2013). *El diseño de productos en el contexto de la personalización en masa, Iconofacto*. Vol. 9, Núm. 12, pp. 136-153. Consultado de: <http://revistas.upb.edu.co/index.php/iconofacto/article/view/1927/1779>
- Hernández G., J; Domínguez H., M. y Ita C.,D. (2008). *Ventaja competitiva sostenible en pequeñas y medianas empresas hoteleras del sur de México*. Pensamiento y Gestión No.25 Universidad del Norte, pp. 161-177.
- Kotler, Philip y Otro. (1997). *Mercadotecnia para Hotelería y Turismo*. México: Edit. Prentice Hall.
- Kotler, P. (2007). *Marketing para Latinoamérica*.
- León de R., R. (2009). *Sistémica aplicada al diseño de productos en Venezuela: el diseño conceptual como parámetro de partida para el diseño de nuevos productos*. (Tesis de doctorado). Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, España.
- Marcigliano, Alejo y Otros. (2008). *Reportajes 2007*. Buenos Aires: Edit. LADEVI Ediciones.
- Osterwalder, A; Pigneur, Y. (2011). *Generación de Modelo de Negocios*. Página 14. Consultado en: <http://www.convergenciamultimedial.com/landau/documentos/bibliografia-2016/osterwalder.pdf>
- Zikmund, William. (1998). *Investigación de Mercados*. México: Prentice Hall.
- ANETCOM (2007-2013). *Estrategias de Marketing digital para PyMES*. Asociación sin ánimo de lucro para el fomento del comercio electrónico empresarial y de las Nuevas Tecnologías en la comunidad Valenciana.
 - CACE. (2015). *Informe de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico Argentina* <http://www.cace.org.ar/>
 - IUEAN. (2015). La administración de los emprendimientos en la era digital. Instituto Universitario Escuela Argentina de Negocios. Consultado en: http://www.iuean.edu.ar/investigacion/publicaciones/Ponencia_La_Administracion_de_los_Emprendimientos_en_la_Era_Digital.pdf
 - Guía de la Cátedra.
- Complementaria:
- Hammer, Michael y Champy, James. (1994). *Reingeniería*. Colombia: Edit. Norma.
- Iglesias i Millan, Josep. (2001). *Técnicas de Investigación aplicadas al sector turístico*. España: Edit. Síntesis.
- Wilensky, Alberto. (1993). *Política de Negocios en Mercados Competitivos*. Argentina: Edit. Tesis/Norma.

- Principales publicaciones periodísticas en turismo nacional e internacional: REPORT, EL INFORMADOR TURISTICO, LADEVI, GERENCIA DE VIAJES, GERENCIA DE HOTELES, VIAJERO VIP, EDITUR, EDITUR LATINOAMERICA, AIR TRANSPORT WORLD y OPCIONES TURISTICAS (varios números).
- Artículos varios autores y empresarios Revista GESTION.
- *Videos varios de especialistas en Magnagement, Administración y Marketing. DVD de la colección Revista GESTION.*

UNIDAD IV: LOS RECURSOS HUMANOS EN LAS EMPRESAS TURISTICAS

La importancia de los recursos humanos en la prestación de servicios turísticos. El subsistema de recursos humanos. Gestión y desarrollo de los recursos humanos de la empresa turística: reclutamiento, selección, integración, formación, promoción y salarios. El recurso humano y la tecnología. Nuevos requisitos del sector. Perfiles demandados en el sector turístico. El recurso humano y los nuevos desafíos comunicacionales.

Planificación del Recurso Humano en la Formulación de un Proyecto de Inversión Turística.

Bibliografía

- Básica y obligatoria:

Allen, J. y Van der Velden, R. (2005). *The flexible professional in the knowledge society: Conceptual framework of the REFLEX Project*. Consultado en: www.educpro.fr/uploads/media/reflex_01.pdf.

Alles, M. (2000). *Dirección Estratégica de Recursos Humanos. Dirección por Competencias*. Buenos Aires: Granica.

BIASONE, A. M. (1996). *Diagnóstico Preliminar de la Inserción Laboral del Graduado Universitario en Turismo en el Mercosur*. Universidad Nacional de Mar del Plata. FACES, 2(3), 9-28. ISSN 0328-4050.

Blank, Steve; Dorf, Bob. (2013). *La Guía paso a paso para crear una Gran Empresa*. Edit. Gestión 2000.

Catalano, Ana M. (2004). *Diseño curricular basado en normas de competencia*. Buenos Aires: Ed. BID.

Contreras, R., Arroyo, B. y López, A. (2012). *Formas de Aprendizaje en las Mipymes. Una perspectiva Socio-Cultural*. México: Ed. Universidad de Guanajuato.

Dávila, D. (2013). *Capacidades Organizacionales: Dinámicas por naturaleza*. Cuadernos de Administración, vol. 26 (núm. 47). Consultado en: http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuadernos_admon/issue/view/554/showToc

de SOUZA, T. R., LUCE GOMES, C. (2010). *Inserción Profesional de los Licenciados en Turismo. El caso de la Universidad Federal de Minas Gerais (Brasil) entre 2005 y 2007*. Estudios y Perspectivas en Turismo, 19(6), 1105-1120.

Gómez del Lunar, V. (2009). *Desempeño Laboral Del Licenciado En Turismo De La Universidad De Oriente, Según La Opinión Del Sector Empresarial Turístico Privado De La Isla De Margarita, Estado Nueva Esparta. Venezuela*. Consultado en: Revista Gestión Turística N° 11, junio de 2009 - ISSN 0717 - 1811.

Longenecker, J., Petty, J. W., Palich, L. y Hoy, F. (2014). *Administración de pequeñas empresas*. México: Cengage Learning.

Metcalfe, J. y Gray A. (2005). *Employability and doctoral research postgraduates, Learning and Employability*. Series 2. Consultado en:
[http://www.employability.ed.ac.uk/documents/Staff/HEA-Employability_in_HE\(Is,IsNot\).pdf](http://www.employability.ed.ac.uk/documents/Staff/HEA-Employability_in_HE(Is,IsNot).pdf)

Newstrom, J., & Guzman Brito, M. (2007). *Comportamiento Humano en el Trabajo*. Mc Graw Hill.

Patlán, P. J., García, V. M., & Navarrate, Z. D. (s.f.). *Comportamiento organizacional positivo Vs negativo: Análisis y confrontación*. Consultado en:
<http://www.redalyc.org/pdf/342/34215492006.pdf>

Patlán, P. J., Navarrete, Z. D., & García, V. M. (2010). *El lado oscuro de las organizaciones: efectos negativos en el factor humano*. Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle, 71-86.

Robbins, S., Judge, T., & Brito, J. (2009). *Comportamiento Organizacional*. México: Pearson.

Scheele, J. (2009). *Educación terciaria y mercado laboral: Formación profesional, empleo, y empleabilidad. Revisión de la literatura internacional*. Documento de Trabajo CPCE N° 6. Consultado en: <http://www.cpce.cl/>

Serrat i Julia, Josep. (1996). *La gestión de personal en la empresa turística*. España, Edit. Centro de Estudios Ramón Areces, 1996.-

Singer, S., Amorós, J.E., Moska D. (2015). *Informe GEM: Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report*. Consultado en:
http://www.spiritslovenia.si/resources/files/doc/publikacije/GEM_Global_Report_2014.pdf

Valls, Josep-Francesc. (2000). *Gestión de Empresas de Turismo y Ocio – El arte de provocar la satisfacción*. España: Edit. Gestión 2000.

- IUEAN. (2015). La administración de los emprendimientos en la era digital. Instituto Universitario Escuela Argentina de Negocios. Consultado en:
http://www.iuean.edu.ar/investigacion/publicaciones/Ponencia_La_Administracion_de_los_Emprendimientos_en_la_Era_Digital.pdf
- “Lineamientos de Mejora para la Formación de Recursos Humanos en Turismo”. Ministerio de Turismo y Ministerio de Educación de la Nación. 2014.-
- Guía de la Cátedra.

- Complementaria:

AMADASI, Enrique (compilador) y Otros. (1999). *Política Turística Argentina: Bases para su reformulación*. Argentina: Edit. LADEVI Ediciones.

- Principales publicaciones periódicas en turismo nacional e internacional: REPORT, EL INFORMADOR TURISTICO, LADEVI, GERENCIA DE VIAJES, VIAJERO VIP, EDITUR, EDITUR LATINOAMERICA, AIR TRANSPORT WORLD y OPCIONES TURISTICAS (varios números).
- Artículos varios autores y empresarios Revista GESTION.
- Videos varios de especialistas en Magnagement, Administración y Marketing. DVD de la colección Revista GESTION.

UNIDAD V: INVERSIÓN, FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD EN EMPRESAS TURISTICAS

El subsistema financiero en las Empresas Turísticas. Factores de producción. Punto de equilibrio. Costos de actividad y producción en la empresa. Metodología de Costo Unitario. Presupuesto de Inversión. Presupuesto de Ventas. Cash-Flow. Evaluación Económica. Análisis y selección de proyectos de inversión. Ciclos y planificación económico-financiera. Fuentes de financiamiento.

Pre-factibilidades Legal y Económico-Financiera en la Formulación de Proyectos de Inversión Turística.

Bibliografía

- Básica y obligatoria:

Casanova Ferro, Gonzalo. (2007) *Derecho y Turismo*. Argentina, Prov. Bs.As., Lanús: Ediciones Turísticas

Casanueva Rocha, Cristóbal y Otro. (2000). *Organización y gestión de empresas turísticas*. España: Edit. Pirámide.

Gonzalez, Rodrigo y Perini, María Magdalena (2014) *Formulación de Proyectos Turísticos. Pautas para Microemprendimientos*. EDUCO-REUN. Neuquén.

Gonzalez, Rodrigo y Perini, María Magdalena (2010) *El Análisis de Prefactibilidades en la Formulación de Proyectos Turísticos*. Anuario de Estudios en Turismo – Investigación y Extensión, Año 10 - Volumen VI. Facultad de Turismo - Universidad Nacional del Comahue. Neuquén.

Gonzalez, Rodrigo. (2013) *Clase N° 2: El análisis de Prefactibilidad en los Proyectos de Inversión Turística*. Materia: Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Maestría en Desarrollo y Gestión del Turismo. Universidad de Quilmes. Quilmes.

Laza Muñoz, Pascual y Hernandis Bernal, Leticia. (2005). *Gestión Económico-administrativa En Agencias De Viajes*. España: Editorial Paraninfo.

Martin Rojo, Inmaculada. (2000). *Dirección y gestión de empresas del sector turístico*. España: Edit. Pirámide.

Pantano, Eduardo. (2007) *Turismo, un enfoque económico y otras cuestiones*. Buenos Aires: Edit. LADEVI Ediciones.

Pereira L. Zunini, Gustavo N. (2002) *Manual Práctico Metodología de Costo Unitario, para la determinación de Precios – Administración Hotelera*. Facultad de Ciencias Aplicadas al Estudio Sistemático del Turismo y la Población. Morón.

Pereira L. Zunini, Gustavo N. (2001) *Manual Teórico y Práctico para la Aplicación de un Sistema de Gestión y Administración Hotelera. Armado y Desarrollo del sistema de Planeamiento y/o Proyección*. Facultad de Ciencias Aplicadas al Estudio Sistemático del Turismo y la Población. Morón.

Ramirez Cavassa, César. (1994). *La Modernización y Administración de las Empresas Turísticas*. México: Edit. Trillas.

- Guía de la Cátedra.

- Complementaria:

Iglesias I Millan, Josep. (2001). *Técnicas de Investigación aplicadas al sector turístico*. España: Edit. Síntesis.

Tribe, John. (2000). *Economía del ocio y el Turismo*. España: Edit. Síntesis.

Zikmund, William. (1998). *Investigación de Mercados*. México: Prentice Hall.

- Artículos varios autores y empresarios Revista GESTION.
- Videos varios de especialistas en Magnagement, Administración y Marketing. DVD de la colección Revista GESTION.

UNIDAD VI: CALIDAD, NUEVAS TECNOLOGÍAS y NUEVAS TENDENCIAS.

La calidad de servicio en las Empresas Turísticas: hacia la satisfacción total del consumidor. Normas y sistemas de aseguramiento de calidad: ISO 9000, IRAM 30400, EFQM y SACT. Normas IRAM-SECTUR. Nuevas tecnologías. El e-Turismo en las diversas Empresas Turísticas: estrategias de e-Business y e-Commerce en las empresas del sector. Redes Sociales. Telefonía móvil. Apps. Situación del mercado mundial y análisis de su incidencia en la actividad de las Empresas Turísticas en Argentina. Nuevas Tendencias en Turísticas.

Pre-factibilidad de Impactos en la Formulación de Proyectos de Inversión Turística.

Bibliografía

- Básica y obligatoria:

Federación de Comercio Electrónico y Marketing Directo. (2001). *Anuario 2000 del comercio electrónico y marketing directo*. España.

Fellenstein, C. y Wood, R. (2001). *E-commerce: Explorando negocios y sociedades*. [traducción: Vanina Grudny y Verónica Massara], España: Edit. Prentice Hall.

Illes Balears Innovacio Tecnológica. (2003). *Resultados del estudio sobre impacto del comercio electrónico en el sector del turismo*. España.

Ishikawa, Kaoru. (1988). *¿Qué es el Control Total de Calidad?* Colombia: Edit. Norma.

Kohen, Pablo. (2005). *Tecnología y gestión de agencias de viajes*. Buenos Aires: Macchi.

Narváez Montoya, Ancízar. (2003). *¿Tecnologías para el desarrollo o contra el desarrollo?* Revista Tram(p)as de la comunicación y la cultura N° 14, Nuevas tecnologías de comunicación: La Sociedad de los TIC's, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, junio de 2003, págs. 46 – 61.

Pérez de las Heras, Mónica. (2004) *Manual del Turismo Sostenible*. Madrid: Mundi-Prensa.

Ries, A. y Ries, L. (2000). *Las 11 leyes inmutables de la creación de marcas en Internet*. España: Edit. DEUSTO.

Rodriguez Ardura, I. (2000). *Marketing.com: marketing y comercio electrónico en la sociedad de la información*. España: Edit. Pirámide.

Villar, Alejandro. (2007). *Políticas municipales para el desarrollo económico-social. Revisando el desarrollo local*. Buenos Aires: Editorial CICCUS.

- ISO. Normas ISO Serie 9000 sobre Calidad de Procesos.
- IRAM. Norma IRAM 30400 sobre Calidad en Empresas Turísticas.
- Artículos y guías elaborados por la Cátedra.

- Complementaria:

Seybold, P. Y Marshak, R. (2000). *Clientes.com: cómo crear una estrategia de negocios rentable para la Internet y el futuro*. Argentina: Edit. Granica.

Siebel, T. Y House, P. (1999). *Cyber-rules: estrategias para el éxito en el e-business*. España: Edit. Granica.

- Artículos varios de las principales publicaciones periodísticas en turismo nacional e internacional: REPORT, EL MENSAJERO TURISTICO, LADEVI, GERENCIA DE VIAJES, GERENCIA DE HOTELES, EDITUR, EDITUR LATINOAMERICA y OPCIONES TURISTICAS (varios números).-
- Artículos varios autores y empresarios Revista GESTION.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. "Promoción de destinos turísticos en el ciberespacio: retos del marketing electrónico". Madrid, OMT, 2000.-

*** NOTA: el programa analítico puntualizado precedentemente será factible de las modificaciones que implique la evolución de la praxis de la actividad turística y los cambios que manifieste el estado del arte.

ANEXO I - Trabajos Prácticos

Trabajo Práctico I

Etapas en el desarrollo de un proyecto turístico – Etapa 1

Definir el *Tipo de Empresa Turística* y su *Entorno*. Rubro, mercado de referencia (aproximación al tipo de cliente), productos estimados, evaluar proveedores, macro-localización, tamaño estimado, perfil estimado del personal, aproximación de la inversión necesaria.

Trabajo Práctico II

Etapas en el desarrollo de un proyecto turístico – Etapa 2

Pre-factibilidades: Comercial, Técnica, Legal, de Impactos, Financiera, Económica.

Trabajo Práctico III

Etapas en el desarrollo de un proyecto turístico – Etapa 3

Confirmar *Tipo de Empresa*, definir clientes con mayor precisión (segmentos específicos), funciones básicas, productos del proyecto, líneas de producción que identifican, definir insumos críticos y proveedores clave, micro-localización, tamaño preciso, total del personal y perfil de cada puesto, inversión necesaria exacta, profundizar el entorno de la empresa, los grupos de interés e influencia. Definir las *Estrategias de Negocio* y de *Gestión*. Cómo crearán valor, comunicación interna, adaptación al entorno, habilidades gerenciales a cultivar, análisis cualitativo de la estructura organizacional, tecnologías de la comunicación. Plan de Mercadotecnia y Comunicación Externa.

Trabajo Práctico IV

Etapas en el desarrollo de un proyecto turístico – Etapa 4

Evaluación Financiera del proyecto. Mix financiero, tipo de préstamo/crédito y tasa, aportes de capital. Evaluación económica del proyecto. Aplicación de la Metodología del Costo Unitario. Detalle de la Inversión inicial y de su correspondiente costo por amortización. Costo por financiación. Desarrollo de los demás Costos Fijos (personal, alquileres, seguros, servicios). Establecer los Costos Directos (variables). Definir Costo Total Unitario. Definir Precios. Retorno de la inversión. Período de recuero. VAN/TIR. Sensibilidad del proyecto.

Trabajo Práctico V

Improvisación Orientada (práctico sorpresa).

Año de vigencia: 2020

Profesor Responsable: Leonardo M. Jones

(Firma Aclarada)

VISADO

DECANO

SECRETARIO ACADEMICO FACULTAD

JEFE DE DEPARTAMENTO

FECHA

FECHA

FECHA

