

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Puerto Madryn			
Programa de: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS		Departamento de: TURISMO	
Cursado:	Días de clase:	Horarios:	Aula/s:
1er Cuatrimestre	Jueves	17 a 21hs	a definir
PROFESOR RESPONSABLE: Leonardo M. Jones EQUIPO DE CÁTEDRA: vacantes AUXILIAR-ALUMNA/O: vacantes			
			Año: 2023

1- FUNDAMENTACIÓN

Esta propuesta de trabajo para el espacio curricular de Administración de Empresas Turísticas se basa principalmente en el esfuerzo, cada vez más necesario, de acercar los contenidos teóricos-prácticos del aula a aquellos requisitos laborales que presentan las empresas turísticas. Dicho de otra forma, el objetivo principal de la cátedra es brindar a los estudiantes contenidos, prácticas, experiencias, pero sobre todo herramientas útiles para desempeñarse en el campo profesional específico de la empresa y la actividad comercial, también llamado sector privado.

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 campos de 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. Todo ello aún sin mencionar los cambios que vivimos desde hace tres años debido a la pandemia por Covid-19, lo cual exigió a las aulas y procesos de enseñanza una casi inmediata actualización de sus contenidos y planteos los cuales, pasado incluso el aislamiento y la virtualidad plena, permanecen hoy en un planteo o formato híbrido.

Fundamentan esta propuesta principalmente la necesidad de que los estudiantes conozcan y manejen los principios básicos para emprender, pasando para ello por las funciones de planificación, organización, dirección y gestión de una empresa, conociendo además los indicadores más críticos para su monitoreo.

Es por todo ello que, coincidente con los contenidos mínimos¹ según plan de estudios, **el hilo conductor de la misma son las etapas del armado de un plan de negocios, con énfasis en la identificación de oportunidades de negocio, metodología de costo unitario, evaluación económica y sensibilidad del proyecto, y administración del recurso humano.** Sin dejar de lado, pero sí en un segundo plano, al diseño de estructura junto con delegación y departamentalización. Además de incorporarse temas de actualidad que pueden no estar abarcados por los contenidos mínimos debido a los años que posee ya el plan de estudios de la carrera.

¹ *Empresas de servicios turísticos. Estructura organizativa. Diseño y análisis. La organización y administración. Recursos humanos. Formulación de proyectos de administración. Delegación. Departamentalización.*

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 un mínimo de herramientas tecnológicas aplicables al desarrollo de la actividad profesional turística en el campo comercial/empresarial.
- Aprender técnicas de gestión empresarial, cuando sea posible 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 principales de la actividad turística mundial, nacional y regional, con enfoque en reconocer tendencias actuales y oportunidades de negocio.
- Identificar las reglamentaciones más importantes en vigencia destinadas a regular las actividades empresariales en nuestra provincia y en nuestro país.
- Desarrollar habilidades de manejo y aplicación de herramientas y metodologías indispensables a la hora de gestionar y monitorear un proyecto/emprendimiento.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA ASIGNATURA:

- Desarrollar el pensamiento crítico y asociativo, así como una mentalidad emprendedora, flexible y atenta a las tendencias, 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 y analítica de los factores y características entorno a la actividad de las empresas turísticas, como así mismo de las políticas sociales y económicas relacionadas con el Turismo que le dan marco, permitiendo impulsar acciones tendientes a la adecuación del rol del profesional en turismo a los actuales contextos de gestión empresarial y management.
- Comprender y aplicar herramientas profesionales necesarias para desarrollar la actividad de gestión empresarial, como aquellas involucradas en la elaboración y prestación de los distintos productos y servicios turísticos, siempre y cuando se encuentren al alcance del aula y de los recursos institucionales.
- Conocer y comprender las tecnologías y fuentes de información ligadas a la actividad turística que permitan al graduado mantenerse actualizado y con mayor eficiencia en la tarea profesional y empresarial, procurando que adquieran la habilidad de acceder a nuevas tecnologías y adecuarse rápidamente a las turbulencias del mercado y marco

contextual en que se desarrolla la actividad empresarial turística; o al menos conocer la importancia de este objetivo.

- Desarrollar una actitud de trabajo en equipo, necesaria para relacionarse con profesionales y colaboradores ligados a la Actividad Turística, así como en forma interdisciplinaria con profesionales de otras áreas.
- Identificar actividades inherentes al sector empresarial que permitan generar y participar en nuestro territorio de servicios a terceros, investigaciones o actividades de extensión; sobre cuestiones o casos ligados a las empresas turísticas, como por ejemplo estudios de mercado, aplicación de metodología de costo unitario, gasto diario, perfil de demandas, entre otros.

PLANIFICACION

Actividad docente, correspondiente al cargo de adjunto. Propuesta para la cátedra **Administración de Empresas Turísticas** perteneciente al cuarto año de la Licenciatura en Turismo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO

- Modalidad de cursada: CUATRIMESTRAL
- Carga horaria semanal: 4 HORAS - 2 teóricas / 2 prácticas – las teóricas serán prioritariamente áulicas, pudiendo recurrir a encuentros virtuales de ser necesario, las prácticas se repartirán entre aula y trabajos de campo
- Carga horaria anual: Sesenta (60) HORAS
- Correlativas: Teoría de la Administración.

Contenidos Mínimos. Conforme Plan de Estudios de la carrera de Licenciatura en Turismo actualmente en vigencia y basado en los contenidos que proponen las asignaturas de la carrera, tal cual se vienen desarrollando:

Empresas de servicios turísticos. Estructura organizativa. Diseño y análisis. La organización y administración. Recursos humanos. Formulación de proyectos de administración. Delegación. Departamentalización.

METODOLOGIA DEL DESARROLLO DE LAS CLASES:

Las clases tendrán el desarrollo de un contenido teórico, una transición teórico-práctica guiada, para luego pasar a la práctica misma por parte de los estudiantes. Los desarrollos se basarán siempre en las necesidades que se vayan planteando en el grupo, según los distintos perfiles. Sobre la carga horaria (4hs. semanales), la dinámica de la cátedra seguirá el siguiente esquema:

* **Clases TEÓRICAS:** se introducirá el tema de estudio sobre la base de los conocimientos y experiencias que presenten los alumnos, siempre buscando la máxima participación posible de los mismos.

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. Esta aclaración es importante ya que se considera al aula 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 cada clase, unificando criterios que luego serán elementales para la evaluación, estará coordinado por el docente, pero sobre la participación de todos los asistentes. Cabe aclarar que el descripto es el ámbito para introducir sugerencias y plantear puntos de vista, no así las instancias de evaluación, en las cuales podrán hacerlo pero luego de exponer claramente la postura conceptual convenida en el aula durante el desarrollo de las clases.

Cada desarrollo tendrá apoyo en una clase escrita que se brindará a los alumnos, en Word o pdf, con un resumen de bibliografía y notas de cátedra en relación con los temas vistos. Cabe resaltar que, no obstante el carácter teórico de estas clases, se sostendrá la tendencia a buscar los ejemplos más prácticos, reales y actuales de la localidad de Puerto Madryn, Península Valdés y resto de la Comarca.

* **Clases PRACTICAS:** en cada clase se efectuarán actividades prácticas relacionadas con las temáticas abordadas en el desarrollo teórico, por lo cual al finalizar cada módulo temático los estudiantes ya vendrán trabajando con las consignas de un Trabajo Práctico que integre los conceptos abarcados, el cual podrá o no ser domiciliario y/o grupal, para la aplicación y aprehensión de los conocimientos y técnicas desarrolladas durante las clases teóricas. De haber equipo de cátedra, el docente adjunto coordinará con su auxiliar la planificación y elaboración de las consignas, así como el proceso de corrección y devolución. Dependiendo de la dinámica y demás características del grupo humano, en el caso de los trabajos prácticos que posean un carácter y entrega grupal la cátedra podrá requerir cuestiones especiales en la conformación de los grupos.

* **EXTENSIÓN e INVESTIGACIÓN:** en los últimos 20 años el sector de las agencias de viajes y el hotelero han sido de los más ricos para realizar actividades de extensión, tanto visitas a establecimientos, como la participación en eventos, ferias y congresos. En pandemia se reemplazaron las visitas a establecimientos por la participación de los encargados o empleados de los mismos en encuentros sincrónicos, de modo que pudieron realizarse entrevistas.

En 2022 se comenzó un proyecto de extensión, con finalización en 2023, que abarca las cátedras de “Servicios Turísticos: Agencia de Viajes” y “Administración de Empresas Turísticas” y se titula “Perfiles y competencias buscados por las agencias de viajes para cubrir sus puestos de trabajo”. Es de aplicación en la localidad de Pto. Madryn y cuenta al momento con la participación de una alumna avanzada de la carrera.

En cuanto a Investigación, se presentó en el año 2022 un proyecto bajo el Título: *Análisis de competencias laborales de técnicos y licenciados en turismo. Estudio de caso de las Empresas de Viajes y Turismo (EVT) de Puerto Madryn, Chubut, Argentina*. Bajo el código 80020220200076UP.

Por otra parte, si bien se trata de una materia cuatrimestral y la mayoría de los alumnos expresa falta de disponibilidad horaria o superposiciones con otras materias que cursan, siempre se proponen actividades de extensión que sean de utilidad a los establecimientos así como para las cátedras obtener información actual del sector. 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. Los temas podrían ir desde la realidad que se atraviesa actualmente debido al impacto dejado por la pandemia, hasta la aplicación de la Metodología de Costo Unitario sobre algún producto turístico o la Evaluación Económica de alguna unidad económica.

* **Soporte Virtual:**

Para el aprovechamiento de la tecnología y las herramientas digitales, parte del dictado y actividades propuestas por la cátedra se desarrollarán sobre la virtualidad. Se propone utilizar cuando sea necesario o de manera constante:

- **Encuentros sincrónicos sobre la plataforma ZOOM**
- **Bibliografía y grabaciones de las clases en DRIVE**
- **Un Grupo de Facebook para debates asincrónicos y compartir novedades y artículos de actualidad**
- **Un Grupo en Whatsapp para comunicación inmediata y coordinación**

Para realizar los **encuentros sincrónicos** se establecen una serie de requisitos que tienen como objetivo lograr que estos funcionen como espacios de intercambio y construcción colectiva, y no como una clase grabada en la que el docente le habla a una cámara.

- Durante los 5 minutos iniciales se tomará asistencia, debiendo los alumnos dar el presente con la cámara y el micrófono encendidos.
- Luego de ello, será elección del alumno permanecer con la cámara encendida o no. Los micrófonos serán apagados mientras el o los docentes exponen y habilitados para preguntar o responder de ser necesario.
- Cuando el docente haga preguntas o proponga la participación de los alumnos, sobre todo al indicar un nombre en particular, este deberá responder (por micrófono o en su defecto por el chat) dentro de un tiempo lógico (entre 15 y 20 segundos). Las demoras extremas y repetidas serán tomadas como un falso presente, influyendo en evaluación que se hará del estudiante. Cabe resaltar que los alumnos no tienen la obligación de estar presentes en los encuentros (o teóricos) virtuales, pudiendo luego observar o bajar la grabación.
- Los inconvenientes para poder estar presentes en los encuentros sincrónicos deben ser informados por mail o chat de Messenger al docente, de forma tal que éste pueda planificar los mismos y las actividades a desarrollar en estos.

FORMACIÓN DE RECURSOS:

Se propone trabajar en el desarrollo de auxiliares-alumno, a quienes se les va proponiendo de forma gradual incluirse en las diversas tareas docentes. Se comienza con un fluido rol de nexo o intermediación entre el docente y los alumnos, como por ejemplo el manejar en la comunicación y virtualidad un grupo de whatsapp, en el que responde las consultas que esté a su alcance y traslada al docente las que lo requieran. Se les ofrece participar en la confección de un trabajo práctico de

una temática que les agrade y en la que se sientan cómodos, así como también en el proceso de corrección y devolución.

A la vez, tiene la posibilidad de elegir un tema para desarrollar una exposición en clase con el acompañamiento y ayuda del docente a cargo.

Realizan búsqueda de información actual, de material digital, digitalizan material y proponen ideas novedosas para realizar actividades de extensión o prácticas.

Los aportes de la gran mayoría de los ayudantes es verdaderamente útil, necesaria y hasta estratégica, tanto por el nexo comunicativo entre docente y alumnos así como, por una cuestión generacional, el acceso y manejo de la tecnología que suman a la cátedra.

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 cinco (05) 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.
- c) Un enfoque micro relacionado con las características específicas de la Empresa, el Empresario Turístico, su administración y las particularidades de los distintos tipos de empresas turísticas que se corresponden con los diversos productos y servicios que conforman el Producto o Mercado Turístico actual.

DESARROLLO POR UNIDADES

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.

UNIDAD II: ORGANIZACIÓN, DIRECCIÓN Y ADMINISTRACIÓN 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. Tecnologías de la Comunicación. 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.

UNIDAD III: PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN 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.

UNIDAD IV: LOS RECURSOS HUMANOS EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS

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.

UNIDAD V: INVERSIÓN, FINANCIAMIENTO Y RENTABILIDAD EN EMPRESAS TURÍSTICAS

(esta unidad es transversal a toda la materia, por lo que sus contenidos se mechen en cada unidad)

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 por Unidades:

El siguiente es un listado de bibliografía de máxima, la intención es brindar a los alumnos un marco de referencia amplio, para profundizar en caso de así quererlo, para tener alternativas y referencias actuales e incluso muchas de ellas de acceso digital. No todo este material es visto en clase o incluido en apuntes o notas de cátedra, es una materia muy breve, cuatrimestral, para mucho contenido y objetivos muy precisos: principalmente poder elaborar un plan de negocios abarcando la metodología de costo unitario y la evaluación económica.

Se resalta en sombreado la bibliografía básica/obligatoria, considerándose a la demás complementaria.

Unidad 1

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>

Guías/Notas/Clases de la Cátedra.

Unidad 2

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.

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

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.

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>

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).

- 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

Guías/Notas/Clases de la Cátedra.

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 3

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.

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

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>

Wilensky, Alberto. (1993). *Política de Negocios en Mercados Competitivos*. Argentina: Edit. Tesis/Norma.

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

Guías/Notas/Clases de la Cátedra.

- 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

- Principales publicaciones periódicas 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 4

Allen, J. y Van der Velden, R. (2005). *The flexible professional in the knowledge society: Conceptual framework of the REFLEX Project*. Consultado en:

www.educpros.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.

Metcalf, 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.-

Guías/Notas/Clases de la Cátedra.

- 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 5

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.

Guías/Notas/Clases de la Cátedra.

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

Evaluación y Acreditación

Cursada y Aprobación con Examen Final:

Requisitos para la obtención del concepto (acceso a examen final regular)

- ✓ 70% de asistencia a clases prácticas
- ✓ 70% de aprobación de trabajos prácticos

Estas prácticas podrán ser planteadas sobre el uso de redes sociales o utilizándolas como soporte para foros y debates. Por este motivo será necesario que aquel alumno que no utilice una red social sobre la que se propone trabajar, genere una cuenta en la misma, pudiendo utilizar su nombre o un pseudónimo (lo cual deberá ser informado al docente). Quedará a criterio del alumno mantener esta cuenta al concluir la cursada o bien eliminarla. *Prácticos en Anexo I.*

Nota: De ninguna manera el/la alumno/a debe verse obligado a integrar el grupo de FB de la cátedra u otras propuestas de la cátedra con su cuenta personal.

- ✓ Aprobación del 100% de los parciales o de sus instancias de recuperación. Los mismos se aprueban con una nota de 4 (cuatro) o superior. El total de parciales oscilará entre 1 y 2, dependiendo del desarrollo de la cátedra y respuesta del grupo, pudiendo incluso uno de ellos ser oral o domiciliario.

Criterios de Evaluación

Se tiene en cuenta la presencia o ausencia de las siguientes capacidades:

- Lectura e interpretación de textos incluidos en la bibliografía
- Aprender y aprehender un mínimo de contenido
- Extrapolar y transferir lo aprendido
- Expresión oral y escrita acorde al nivel universitario y cercanía con la graduación ostentada
- Aprehensión y aplicación de herramientas y metodologías propuestas por la cátedra
- Observación y análisis de situaciones reales y actuales del campo de estudio en cuestión
- Honestidad intelectual, de procedimientos y actitudes.

Aprobación Final:

- **Aprobación sin Examen Final (Promoción): para obtener la aprobación por Promoción durante la cursada el/la alumno/a deberá cumplir los siguientes requisitos:**

- 75% de asistencia a clases prácticas
- 75% de aprobación de trabajos prácticos

Aprobación del 100% de los parciales o de sus instancias de recuperación. Los mismos deberán ser aprobados con una nota de 6 (seis) o superior.

Aprobación de un **Trabajo Final Integrador** que consistirá en la presentación de un Plan de Negocios, el cual deberá tratarse de la formulación de un proyecto de inversión turística.

- **Examen en Condición Regular:** examen oral, con posibilidad de apartado escrito, cuya evaluación será centrada en los contenidos que se hayan podido desplegar en aula durante la cursada.
- **Examen en Condición Libre:** trabajo de integración y examen oral sobre la totalidad del programa actual (2023).

Las condiciones del trabajo de integración deben ser solicitadas al docente a cargo de la cátedra con al menos 20 días de anticipación al turno y fecha en la que se pretende rendir. Esto responde a que el/la alumno/a debe alcanzar a cumplir la consigna y realizar la entrega del trabajo con diez (10) días de anticipación a la fecha de la mesa. Durante estos 10 días el docente puede realizar devoluciones y el alumno tener que hacer modificaciones al trabajo con el fin de aprobarlo y acceder a oral.

Alumnos en situación de Terminalidad:

- Se proponen entrevistas orientativas para acceder al material digital, planificar las lecturas y actividades necesarias que irán permitiendo la asimilación y aprehensión de los contenidos con el fin de llegar a rendir el examen final.
- Se pone a disposición además el mismo paquete de facilidades que ha surgido con la virtualidad: clases grabadas en drive, material bibliográfico digital complementario, sumarse a encuentros sincrónicos sin la necesidad de estar inscriptos como regulares, entre otras alternativas que puedan ir surgiendo del aprovechamiento de la tecnología.

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

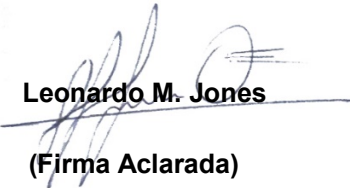
Evaluación Financiera del proyecto. Mix financiero, tipo de préstamo/crédito y tasa, aportes de capital. Evaluación económica del proyecto. Aplicación de la Metodología del Costo Unitario. Detalle de la Inversión inicial y de su correspondiente costo por amortización. Costo por financiación. Desarrollo 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 recupero. VAN/TIR. Sensibilidad del proyecto.

----- Trabajo Práctico V

Improvisación Orientada (práctico sorpresa).

Año de vigencia: 2023

Profesor Responsable:


Leonardo M. Jones

(Firma Aclarada)

VISADO

DECANO	SECRETARIO ACADEMICO FACULTAD	JEFE DE DEPARTAMENTO
FECHA	FECHA	FECHA