



Ministerio de Cultura y Educación
 Universidad Nacional de San Luis
 Facultad de Turismo y Urbanismo
 Departamento: Turismo

(Programa del año 2016)
 (Programa en trámite de aprobación)
 (Presentado el 01/12/2016 09:58:40)

Area: Area de Organización y Gestión de Empresas Turísticas

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
ORGANIZACION DE LOS SERVICIOS HOTELEROS III	Lic. en Hoteleria	2/2014	2016	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
BARRETO, CARLOS ARIEL	Prof. Responsable	CONTRATO	5 Hs
DA CONCEICAO FERRERO, MAURO LU	Auxiliar de Práctico	A.1ra Simp	10 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
Hs	2 Hs	2 Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoría con prácticas de aula	2° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
08/08/2016	18/11/2016	14	74

IV - Fundamentación

La realidad de la actividad Hotelera, inmersa en mercados más competitivos y cada vez más tercerizados, requiere de profesionales capaces de gestionar servicios, logrando maximizar los beneficios en un marco de la sustentabilidad. El rol diferenciador que asumirán las personas y su rendimiento, serán la clave ineludible del éxito o del fracaso de las organizaciones. Esta realidad explica, la necesidad de formar profesionales actualizados a las nuevas tendencias y necesidades de los mercados cambiantes, producto de la aplicación de las nuevas tecnologías en los procesos de trabajo, como así también reconocer los nuevos modelos de gestión que garanticen la sustentabilidad de las organizaciones. Por todo lo expuesto, el curso Organización de los Servicios Hoteleros III, tiene el propósito de satisfacer la creciente demanda de formación profesional en las áreas de gestión de servicios en el seno de las organizaciones de alojamiento turístico.

El curso cubrirá una amplia gama de conocimientos y técnicas de gestión a efectos de proporcionar herramientas para que los alumnos puedan planificar, organizar, gestionar y supervisar los procesos que las organizaciones de alojamiento turístico requieren.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Esta asignatura tiene como objetivo primordial reforzar los conocimientos y las aptitudes a través de la capacitación y desarrollo, logrando un cambio conceptual y actitudinal para que los alumnos al finalizar el curso puedan:
 Conocer los principales servicios que un alojamiento turístico puede brindar y las funciones de las áreas de servicios que

conforman el departamento de operaciones de un hotel.

Conocer y aplicar las técnicas de gestión de los servicios de alojamiento.

Conocer y aplicar las técnicas de “Gestión de Ingresos” y maximización de los beneficios a través de las áreas de servicios.

VI - Contenidos

Contenidos mínimos:

Los servicios complementarios en las empresas hoteleras como fuente de otros ingresos: Eventos-Banquetes, Sala de Reuniones. Spa y servicios de belleza. Locales comerciales; Restaurantes, Recreación. Agencias de Viaje. Renta de autos. Peluquería. Instalaciones Deportivas y/o recreativas.

La importancia de las Relaciones Públicas como parte del engranaje de una empresa: su composición, funciones, ventajas y desventajas. Imagen y comunicación. La importancia de planificar en relaciones públicas de la empresa hotelera. Relaciones con el público interno y externo, con la comunidad y con el estado. Requisitos legales para el desarrollo de la actividad.

UNIDAD I: Principales conceptualizaciones

Contenido:

Concepto de Servicios: Origen, etimología, dimensiones y características. Entorno del Servicio. Concepto básico de calidad en los servicios. Concepto de Diseño del servicio.

UNIDAD II: El cliente

Contenido:

El cliente: interno – externo. Tipología. Clasificación. análisis de demanda

Cliente interno: relaciones laborales – nuevas estrategias de gestión de cliente interno (inteligencia emocional. coaching. jefaturas situacionales.

Cliente externo: clientes reales y potenciales. Nuevos perfiles de consumidores de servicios turísticos. Identificación de prácticas, tendencias y necesidades. el cliente digital. Gestión de servicios turísticos basados en tics.

UNIDAD III: Organización de los servicios complementarios.

Contenido:

Alojamientos turísticos y sus diversas formas: alojamientos no tradicionales. Resorts - cruceros – hoteles temáticos. los servicios complementarios en las empresas hoteleras como fuente de otros ingresos. Planificación y gestión: eventos-banquetes, sala de reuniones. Spa y servicios de belleza. Locales comerciales; restaurantes, recreación. Agencias de viaje. Renta de autos. Peluquería. instalaciones deportivas y/o recreativas

UNIDAD III: Organización de los departamentos de staff.

Contenido:

La administración de los servicios auxiliares: Organización y funciones. Misiones básicas y relaciones departamentales. El Departamento de Relaciones Públicas. Organigramas departamentales: Funciones básicas: composición, funciones, ventajas y desventajas. Imagen y comunicación. La importancia de planificar en relaciones públicas de la empresa hotelera. Relaciones con el público interno y externo, con la comunidad y con el estado. Principios de ceremonial y protocolo en el trabajo. Redes sociales y nuevas Alternativas de comercialización y comunicación.

UNIDAD IV: Principales indicadores de gestión para maximización de los ingresos

Contenido:

El precio medio. Tasa de ocupación. Índice de frecuentación. Porcentaje de ocupación múltiple. Ingreso por habitación disponible (RevPar - Revenue per available room). Precio Medio Potencial (PMP). Índice de generación de ingresos (RGI –revenue generation index). Índice de penetración de mercado (MPI –market penetration index). Otros índices e indicadores de gestión: Productividad. Ingresos por empleado. Tarifa promedio.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Los trabajos prácticos se asignarán y desarrollarán mediante la tutoría del JTP, Para ello, se utilizarán los recursos provistos en el curso.

Los TP’s se recibirán y corregirán mediante entorno virtual (a designar). Las devoluciones, aclaraciones y/o ampliación de conceptos o técnicas se harán en las instancias áulicas.

VIII - Regimen de Aprobación

1) PROMOCION SIN EXAMEN FINAL

ALUMNOS REGULARES: Para la aprobación del curso se deberá cumplir:

- a) Con el 80 % de asistencia a las clases teóricas, prácticas, teórico-prácticas.
- b) Aprobación de 2 (dos) exámenes parciales, en primera instancia*
- c) Aprobación del 100% de trabajos prácticos.
- d) Aprobación de un examen de carácter integrador*

* Con una calificación al menos de 7 (siete) puntos en todas las evaluaciones establecidas, incluida la evaluación integradora.

2) APROBACION CON EXAMEN FINAL

ALUMNO REGULAR: debe asistir al 80% de las clases teóricas-prácticas. Aprobar el 100 % de los Trabajos Prácticos y aprobar 2 exámenes parciales con una calificación no menor a 4 (cuatro) en primera instancia o en instancia de recuperación (Total de recuperatorios: 2, un recuperatorio por examen parcial).

ALUMNOS LIBRES: el alumno libre es aquel que no haya alcanzado las condiciones de alumno regular o promocional. Para acceder a rendir como libre deberá presentar y aprobar un Trabajo Final 15 días antes del examen

EXAMEN FINAL LIBRE: CONSTARÁ DE DOS INSTANCIAS

1. Evaluación escrita: preguntas comprensivas, de carácter eliminatorio.
2. Evaluación oral: abarcativo, se evaluarán conocimientos teóricos.

CRONOGRAMA DE EXAMENES PARCIALES:

1er. Parcial: 30.09.2016

2do. Parcial: 11.11.2016

Examen Integrador: 18.11.2016

DIAS DE CONSULTAS:

Los docentes atenderán las consultas los días viernes de 11.00 a 12.00 y de 15.00 a 16.00 hs.

Asimismo, contarán con los canales de comunicación que ofrece la FTU-UNSL, destinado para este curso.

IMPREVISTOS:

Considerando que el curso posee dos profesores, se garantizará el dictado de clases, evaluación y corrección de los tp's según el cronograma de clases definido en el calendario académico de la FTU/UNSL. Asimismo, previendo alguna eventualidad, se asignarán: lecturas y actividades prácticas complementarias a través del JTP asignado para este curso.

IX - Bibliografía Básica

[1] Mestre Soler, Juan, (1997) Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera. Barcelona, Gestión 2000 S.A

[2] Gallegos, Felipe, (2005) Principios generales para la Dirección de establecimientos Hoteleros. Barcelona, Gestión 2000 S.A.

[3] Kotler, Philip, (2006) Marketing de servicios profesionales. Madrid. Piramide.

[4] Barreto, Ariel (2014). Yield Management en hotelería. Estrategias para la gestión de ingresos en las PYMES de alojamiento turístico. Buenos Aires. Fundación Proturismo.

X - Bibliografía Complementaria

[1] Villaseca Morales, David (2014). Innovación y marketing de servicios en la era digital. Madrid. ESIC

[2] Kotler, Philip (2011) Marketing Turístico. Madrid. Pearson Educación.

[3] Apuntes de cátedra elaborado por los docentes.

XI - Resumen de Objetivos

Conocer los principales servicios que un alojamiento turístico puede brindar y las funciones de las áreas de servicios que conforman el departamento de operaciones de un hotel.

Conocer y aplicar las técnicas de gestión de los servicios de alojamiento.
Conocer y aplicar las técnicas de "Gestión de Ingresos" y maximización de los beneficios a través de las áreas de servicios

XII - Resumen del Programa

UNIDAD I: Principales conceptualizaciones
UNIDAD II: El cliente
UNIDAD III: Organización de los servicios complementarios.
UNIDAD III: Organización de los departamentos de staff.
UNIDAD IV: Principales indicadores de gestión para maximización de los ingresos

XIII - Imprevistos

No corresponde.

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	