



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

(Programa del año 2021)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 20/04/2021 14:27:19)

Area: Area de Organización y Gestión de Empresas Turísticas

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
ADMINISTRACION HOTELERA III	TEC.UNIV.EN GEST.HOTEL.	29/04	2021	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
BARRETO, CARLOS ARIEL	Prof. Responsable	P.Aso 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	1° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
05/04/2021	08/07/2021	15	56

IV - Fundamentación

La realidad de la actividad Hotelera, inmersa en mercados más competitivos y cada vez más tercerizados, requiere de profesionales capaces de gestionar recursos 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 técnicos 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 el capital humano de la organización.

Por todo lo expuesto, el curso Administración Hotelera III tiene el propósito de satisfacer la creciente demanda de formación técnica para quienes trabajan y deseen trabajar en las áreas de operaciones de servicios en el seno de las organizaciones de alojamiento turístico.

El curso cubrirá una amplia gama de técnicas de gestión a efectos de proporcionar conocimientos y herramientas para que los alumnos puedan resolver problemas de gestión en las organizaciones hotelera y/o extra-hotelera.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

OBJETIVOS

Esta asignatura tiene como objetivo primordial potenciar las aptitudes a través de la capacitación, logrando un cambio conceptual y actitudinal para que los alumnos al finalizar el curso puedan:

- Conocer las principales funciones de las áreas de servicios que conforman el departamento de operaciones de un hotel.
- Conocer y aplicar las técnicas de control de los servicios de alojamiento.
- Conocer y aplicar las técnicas de "Gestión de Ingresos" y maximización de los beneficios (Yield Management)
- Reconocer los distintos sistemas de aseguramiento de la calidad aplicables en alojamientos turísticos.

VI - Contenidos

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: Gestión de Ingresos

Contenido:

El revenue o yield managment. Historia. Conceptualización. Alcances. Diferentes enfoques en la industria de alojamiento y de servicios. Medidas para maximizar los ingresos.

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. Fórmulas de yield managment

UNIDAD V: Uso de datos para la toma de decisiones.

Contenido:

Administración de recursos escasos. Fijación de precios. Análisis de medidas a tomar según el mercado. Estrategias activas y reactivas. Posicionamiento en redes y portales. Canales de distribución alternativos. Armado de presupuestos de ventas anualizados.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Los trabajos prácticos se asignarán y desarrollarán mediante el entorno virtual: “Campus Moodle” de la UNSL. Para ello, se utilizarán los recursos provistos por el entorno indicado.

Los TP’s se recepcionarán y corregirán mediante entorno virtual. 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:

- Con el 80 % de asistencia a las clases teóricas, prácticas, teórico-prácticas.
- Aprobación de 2 (dos) exámenes parciales, en primera instancia*
- Aprobación del 100% de trabajos prácticos.
- 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: 1 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: 21.05.2021

2do. Parcial: 02.07.2021

Examen Integrador/Recuperatorios del 1er o 2do parcial: 07.07.2021

DIAS DE CONSULTAS:

Los docentes atenderán las consultas los días jueves de 18.00 a 20.00 hs.

Asimismo, contarán con los canales de comunicación que ofrece el campus virtual MOODLE, destinado para este curso.

IX - Bibliografía Básica

[1] Barreto, Ariel (2014). Yield Management en hotelería. Estrategias para la gestión de ingresos en las PYMES de alojamiento turístico. San Luis:FTU-UNSL . [En línea]. Disponible en: <http://moodleftu.fica.unsl.edu.ar/>

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

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 disponibles en el campus MoodleFtu.unsl.edu.ar (solo para los alumnos regulares)

XI - Resumen de Objetivos

Conocer las principales funciones de las áreas de servicios que conforman el departamento de operaciones de un hotel.

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

Conocer y aplicar las técnicas de “Gestión de Ingresos” y maximización de los beneficios (Yield Management)

XII - Resumen del Programa

UNIDAD I: Principales conceptualizaciones

UNIDAD II: El cliente

UNIDAD III: Gestión de Ingresos

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

UNIDAD V: Uso de datos para la toma de decisiones

XIII - Imprevistos

"Ante la existencia de una Pandemia declarada por la OMS establecida desde 2020, y considerando la posible extensión de una cuarentena que implique distanciamiento social, obligatorio y preventivo se ha optado incluir la modalidad de cursado presencial mediadas por tecnologías, como campus virtual e instancias sincrónicas. La modalidad ha sido establecida con las siguientes características..."

El curso se transformó a “modalidad a distancia” (virtual) a través de la plataforma Moodle FTU. Esto, implica la creación de aula, donde los estudiantes encontrarán los contenidos por clase (incluyen desarrollos teóricos, conceptuales, videos, notas,

artículos y desarrollos de clase), actividades complementarias, foros, chats, mensajería, bibliografía y evaluaciones online. También se implementarán clases mediadas por tecnologías bajo formato sincrónico, garantizando aspectos de la presencialidad.

Este formato, no altera la planificación de las clases, como tampoco los días y horarios previstos para consultas, por dos vías:

1. grupo de whatsapp, 2. canal de mensajes entre docentes/estudiantes que se usará con frecuencias para reforzar las comunicaciones.

Aquellos estudiantes que no poseen conexión estable de internet, se prevé el envío de clases a través de correo electrónico y mensajería whatsapp.

Todo lo anteriormente indicado, no afectará el normal desarrollo de contenidos, evaluaciones y sus correspondientes recuperatorios.

XIV - Otros

--

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