



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 23/08/2021 15:02:09)

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	2021	2° cuatrimestre

### II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
BARRETO, CARLOS ARIEL	Prof. Responsable	CONTRATO	5 Hs
PIÑERO, MARIANA ANDREA	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 Hs

### III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
Hs	3 Hs	2 Hs	Hs	5 Hs

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

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
23/08/2021	26/11/2021	14	75

### 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 (Campus Virtual Moodle FTU-UNSL) y presencialmente según

se establezca.

Las devoluciones, aclaraciones y/o ampliación de conceptos o técnicas se harán en las instancias áulicas.

## VIII - Regimen de Aprobación

### PROMOCION SIN EXAMEN FINAL:

#### ALUMNOS REGULARES

Para la aprobación del curso se deberá cumplir:

Con el 80 % de asistencia a las clases teórico-prácticas.

Aprobación de dos (2) 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.

### APROBACION CON EXAMEN FINAL:

**ALUMNO REGULAR:** debe asistir al 80% de las clases teóricas-prácticas. Aprobar el 100 % de exámenes parciales: dos (2), los Trabajos Prácticos con calificaciones no menor a 4 (cuatro) en primera instancia o en instancia de recuperación (Ordenanza (CS) N° 13/03 Art 24° inciso b) cada parcial tendrá DOS (2) Recuperaciones. La primera recuperación deberá llevarse a cabo en no menos de 48 horas de publicado el resultado del Parcial. La segunda recuperación se podrá realizar al final del cuatrimestre, en dicha oportunidad cada alumno rendirá el o los parciales que mantuviera sin aprobar)  
Total, de exámenes parciales: dos (2); total de recuperatorios: dos (2) por examen.

**ALUMNOS LIBRES:** el alumno libre es aquel que no haya alcanzado las condiciones de alumno regular o promocional. Para acceder a rendir bajo esta condición deberán presentar y aprobar un Trabajo Integrador. Las consignas se solicitarán al área de organización y gestión de empresas turísticas. El trabajo integrador deberá presentarse 20 días antes de la fecha de examen, de manera que, el tribunal tenga tiempo de evaluar la actividad anticipadamente, e informar su condición. Todo se hará a través de los canales de comunicación que el Área y Dpto. de Alumnos de la FTU dispongan.

### EXAMEN FINAL LIBRE:

Evaluación escrita: preguntas comprensivas, de carácter eliminatorio.

Evaluación oral: abarcativo, se evaluarán conocimientos teóricos.

### CRONOGRAMA DE EXAMENES PARCIALES:

1er. Parcial: 01.10.2021

2do. Parcial: 19.11.2021

Examen Integrador/Recuperatorios del 1er o 2do parcial: 26.11.2021

### DIAS DE CONSULTAS:

El/Los docente/s atenderá/n las consultas los días viernes de 18.00 a 19.00 hs.

Asimismo, contarán con los canales de comunicación que ofrece la FTU-UNSL, 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. Buenos Aires. Fundación Proturismo.
- [2] Casas Brucart, Valentín. (2013) La calidad ambiental derivada de la limpieza e higienización.  
[https://www.cresca.upc.edu/sites/default/files/docs/11.Valent%C3%AD%20Casas\\_ITEL.pdf](https://www.cresca.upc.edu/sites/default/files/docs/11.Valent%C3%AD%20Casas_ITEL.pdf). Consultado el 13 de julio del 2021
- [3] Casas Brucart, Valentín. (2014) Nuevos sistemas de limpieza y su influencia en la calidad ambiental y la higiene de los edificios.  
[http://www.prevencionintegral.com/sites/default/files/acto/20965/field\\_adjuntos/resumen\\_ponencias\\_itel\\_acm\\_tbk.pdf](http://www.prevencionintegral.com/sites/default/files/acto/20965/field_adjuntos/resumen_ponencias_itel_acm_tbk.pdf). Consultado el 13 de julio del 2021.
- [4] Mestre Soler, Juan, (1997) Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera. Barcelona, Gestión 2000 S.A
- [5] Gallegos, Felipe, (2005) Principios generales para la Dirección de establecimientos Hoteleros. Barcelona, Gestión 2000 S.A.
- [6] Kotler, Philip, (2006) Marketing de servicios profesionales. Madrid. Piramide.

[7] Olmo Garre, María José. 2001. Departamento de gobernanta de hotel. Sistemas y procesos. Editorial Síntesis. España.

## 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

"Ante la existencia de una Pandemia declarada por la OMS al inicio del primer cuatrimestre, y considerando que se ha establecido una cuarentena que cumpla con el distanciamiento social, obligatorio y preventivo (DNU 297/2020) se ha optado por la modalidad de cursado no presencial de esta asignatura. La modalidad ha sido establecida con las siguientes características..."

El curso se transformará a “modalidad a distancia” (virtual) a través de la plataforma Moodle FTU, si por la pandemia persiste el distanciamiento social, obligatorio y preventivo. Esto, implica la creación de un 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.

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

<b>ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA</b>	
	<b>Profesor Responsable</b>
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	