



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 15/09/2021 12:45:05)

Area: Area de Organización y Gestión de Empresas Turísticas

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
ADMINISTRACION Y GESTION DE EMPRESAS TURISTICAS	Lic. en Turismo	3/2014	2021	2° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
AGUILERA, MARIA SOLEDAD	Auxiliar de Práctico	A.1ra Simp	10 Hs
CASARETTO, ELEONORA ELVIRA	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
4 Hs	Hs	Hs	Hs	4 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	60

IV - Fundamentación

El presente curso pretende brindar a los alumnos una formación integral e interdisciplinaria sobre las empresas turísticas, haciendo hincapié en los aspectos administrativos, de gerenciamiento, recursos humanos y presupuestarios con el objeto de abordar desde un primer momento las problemáticas concretas que abordará como graduado; sin descuidar la mirada sistémica y compleja, que forma partes de la naturaleza de los negocios turísticos.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

- Brindar a los alumnos los contenidos conceptuales que le permitirán identificar y comprender la temática del turismo desde una de sus ejes: el conocimiento y gestión de las empresas turísticas, haciendo hincapié en su finalidad; el servicio.
- Esto implica para los alumnos, abordar la gestión de las empresas teniendo en cuenta su contexto actual, producto del impacto de la globalización y conociendo las características que el Pos-turismo atraviesa a cada uno de los procesos que integran la gestión turística.
- Conocer y comprender la estructura de los costos empresariales, y el impacto de los mismos en la rentabilidad, permite que los futuros gestores en turismo, puedan tomar decisiones en busca de competitividad y rentabilidad, logrando así, eficiencia de los negocios turísticos

VI - Contenidos

UNIDAD 1

- **La Empresa turística como sistema**

- La producción en empresas de servicios. Principales características de los servicios: intangibilidad. Imposibilidad de almacenamiento. Medidas de protección. Inseparabilidad. Disparidad. Manejo del tiempo. Percepción del riesgo. Necesidad de control.
- Modelos conceptuales de relación entre organizaciones productivas y organizaciones de servicios.

UNIDAD 2

- **Emprendedorismo. Características. Creación de negocios. El proceso emprendedor**

- Perfil del empresario turístico
- Concepto y ámbitos de la globalización
- La globalización y su impacto en el turismo. Desarrollo sostenible.

UNIDAD 3

- **La Administración y Gestión de empresa en el Posturismo**

- Características particulares de la Planificación, Organización, Dirección y Control de empresas turísticas en tiempos actuales.
- Proceso de toma de decisiones, liderazgo, motivación, comunicación en empresas turísticas.

UNIDAD 4

- **El presupuesto como herramienta de planificación.**

- Costos: identificación, clasificación y determinación de componentes del costo de empresas turísticas.
- Ingresos: determinación y estimación.
- Costos-ingresos como factores para la toma de decisiones
- Análisis económico y financiero de empresas turísticas. Punto de Equilibrio

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Se realizarán actividades prácticas complementarias individuales y/o grupales que permitan una integración de contenidos y una articulación entre los diferentes casos y realidades de la actividad profesional y el contenido teórico de la asignatura.

VIII - Regimen de Aprobación

1) PROMOCION SIN EXAMEN FINAL

Para la aprobación del curso se deberá cumplir:

- 80 % de asistencia a clases teóricas/prácticas (requisito no requerido en el marco de la actual situación de distanciamiento social en tanto la misma siga vigente)
- aprobar 2 (dos) parciales con un promedio no inferior a 7 (siete) de primera instancia.
- aprobar la evaluación integradora con calificación no inferior a 7 (siete)

2) APROBACION CON EXAMEN FINAL

Para ser considerado ALUMNO REGULAR se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- cumplir con un porcentaje mínimo de asistencia del 80 % de los encuentros (requisito no requerido en el marco de la actual situación de distanciamiento social en tanto la misma siga vigente)

- haber obtenido una calificación no inferior a 4 (cuatro) en los 2 (dos) parciales o en sus respectivos recuperatorios.

Para ser considerado ALUMNO LIBRE deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- aprobación de examen práctico escrito
- aprobación de examen oral

IX - Bibliografía Básica

- [1] - ALBARELLOS, A: “El marketing de servicios en las empresas hoteleras”, en:
- [2] - FasioloUrli, A. (comp.) (2008) Estrategia y Gestión de Emprendimientos Hoteleros, Cap. III. Editorial Buyatti, Buenos Aires- Argentina
- [3] - BAYÓN MARINÉ, Fdo. Y MARTÍN ROJO, I. “Operaciones y Procesos de producción en elSector Turístico” (2014) Ed. Síntesis S.A. Madrid –España
- [4] - FASIOLO URLI, C. (2006) “Emprender el Camino”, Editorial Buyatti, Buenos Aires-Argentina
- [5] - BONIFATI, P. “Estrategia y Gestión de Emprendimientos Hoteleros Cuestiones de Turismo y Hotelería.(2008). Osmar D. Buyatti Librería Editorial.
- [6] - CHÁVEZ A. OSVALDO Y OTROS. “Teoría Contable” (1998). Ed. Macchi Grupo Editor S.A.
- [7] - FLA CSO–Sede Argentina (2016) “La globalización y la crisis multidimensional” Curso Desarrollo Humano II. Clase 1. Maestría en Desarrollo Humano
- [8] - HORNGREN C. T., DATAR S. M., FOSTER G. “Contabilidad de Costos, un enfoque gerencial” (2007). Ed. Pearson Educación, 12º edición.
- [9] - MOLINA, S. “El Posturismo” (2000), Ediciones Profesionales, México.
- [10] - PAGUAY, Félix. “EL Modelo Molecular” Adaptación en
- [11] - <https://felixpaguay.wikispaces.com/file/view/3.+Modelo+Molecular+y+Servuccci%C3%B3n.pdf>
- [12] - PARRA LÓPEZ, E. y CALERO GARCÍA, F. (2006) “Gestión y Dirección de Empresas Turísticas”, Ediciones Mc. Graw Hill, Madrid-España
- [13] - PUIG, Adela (2006) “Los nuevos negocios turísticos”, Valletta Ediciones SRL,
- [14] - Buenos Aires-Argentina
- [15] - VÁZQUEZ, Juan C. “Costos” (1992). Ed. Aguilar (2da. Ed. Corregida) Buenos Aires-Arg.

X - Bibliografía Complementaria

- [1] - RODRÍGUEZ VERA, R. “Costos Aplicados en Hotelería, Alimentos y Bebidas” (2012). Cuarta edición. Ed. ECOE Ediciones.
- [2] - SARTORIS R., BARRIOS M., GRÜNEWALD L. “Costos & Precios, Pautas de Competitividad Económica para empresario de Establecimientos Hoteleros”.

XI - Resumen de Objetivos

- Identificar y comprender la gestión de las empresas turísticas.
- Conocer como el contexto actual, la globalización y el pos-turismo atraviesan la gestión de las empresas turísticas.
- Comprende los costos empresariales y el impacto de los mismo en la toma de decisiones de los negocios turísticos

XII - Resumen del Programa

UNIDAD I. EMPRESA TURISTICA
UNIDAD II. EMPRENDEDURISMO
UNIDAD III. ADMINISTRACION
UNIDAD IV. ANALISIS FINANCIERO

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:

Siguiendo lo indicado en la Resolución C.S. 68/2020 UNSL, la cursada de las clases se reemplazan por la modalidad virtual utilizando como medio de acceso el Aula Virtual Moodle que provee la Facultad de Turismo y Urbanismo donde se sube toda la bibliografía propuesta, consignas de actividades prácticas, trabajos prácticos, presentaciones Power Point, entre otros.

Como medio de comunicación se utilizan: correos electrónicos, teléfono y video-reuniones para el dictado de clases con Meet.jit.si y/o MeetGoogle, variando estos medios según la accesibilidad de los alumnos de acuerdo a la conectividad con que se cuentan el día en que se realice la clase.

PROMOCION

Para promocionar la materia será necesario:

- Aprobar con una nota no inferior a 7 (siete) en primera instancia en las 2 (dos) evaluaciones no presenciales a través del aula virtual (de la plataforma Moodle).
- Aprobar la evaluación integradora con calificación no inferior a 7 (siete) de forma virtual.

REGULARIDAD

Para ser considerado ALUMNO REGULAR es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Haber obtenido una calificación no inferior a 4 (cuatro) en las 2 (dos) evaluaciones no presenciales a través del aula virtual (de la plataforma Moodle) o en sus respectivos recuperatorios.

En el caso de otras situaciones imprevistas que el docente responsable no cuente con posibilidades de resolver, se informará para la intervención al Área de Gestión y Organización de Empresas Turísticas Correspondiente al Dpto. de Turismo, la Comisión De Carrera o Sec. Académica de la FTU.

XIV - Otros

--

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