

# INSTITUTO DE DESARROLLO ECONÓMICO E INNOVACIÓN

Año: 2020



Universidad Nacional de Tierra del Fuego,  
Antártida e Islas del Atlántico Sur.

**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:**  
Administración de Empresas Turísticas (T21)

**CÓDIGO:** T21  
**AÑO DE UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS:**  
4 año  
**FECHA ULTIMA REVISIÓN DE LA ASIGNATURA:**  
2020-08-24  
**CARRERA/S:** Licenciatura en Turismo V5,

**CARÁCTER:** CUATRIMESTRAL (2do)  
**TIPO:** OBLIGATORIA  
**NIVEL:** GRADO  
**MODALIDAD DEL DICTADO:** PRESENCIAL (EN LÍNEA)  
**MODALIDAD PROMOCION DIRECTA:** SI  
**CARGA HORARIA SEMANAL:** 4 HS  
**CARGA HORARIA TOTAL:** 60 HS

## EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellido	Cargo	e-mail
HERNAN QUESADA	Adjunto	hquesada@untdf.edu.ar

## 1. FUNDAMENTACION

Para la elaboración de esta propuesta se considera tanto el perfil profesional y las incumbencias del Licenciado en Turismo y de los contenidos mínimos establecidos en el Plan de Estudios para la asignatura y fundamentalmente en lo que se vive día a día en el mundo de los negocios, mas precisamente Hoteles, Agencias de Viajes, Rent a Car, empresas de Asistencia al Viajero, prestadores de Servicios turísticos, etc. y su interrelación con el mundo del turismo y el principal motor de la industria del turismo, el "Viajero"

Por ello se desarrollan aspectos técnico- operativos de las empresas, como así también organizaciones que tengan que ver directa o indirectamente con la actividad.

Las Empresas Turísticas hoy se enfrentan a innumerables retos y modificaciones de los paradigmas, ya sea por la Globalización, el aumento de la competencia con otros destinos, a lo que se suman desafíos nuevos como la actual pandemia COVID-19 que abarcaremos a lo largo de todas las unidades..

## 2. OBJETIVOS

### a) OBJETIVOS GENERALES

- Lograr a través de la acreditación de la Asignatura que el alumno no solo incorpore conocimientos básicos del sector, y ya que es una actividad en continuo cambio, transformación y evolución, darle los elementos para que los alumnos una vez profesionales tengan la gimnasia para adaptarse y estar a la vanguardia de la actividad y sean los generadores del cambio que es una constante.
- Identificar las posibilidades actuales y potenciales de la incorporación dentro de la realidad del mundo del Turismo.
- Desarrollar elementos técnicos que le permitan al egresado desempeñarse en diferentes empresas del sector como nociones de liderazgo, conducción de grupo, solución de conflicto, es

decir formar y despertar cualidades del administrador de Empresas Turísticas.

- Conocer el marco legal que rige al sector y como afecta a la empresa.
- Que el alumno sea capaz de tomar decisiones simulando posiciones gerenciales o de decisión y que con problemas de la actualidad puedan practica en resolver conflictos y situaciones por las que atraviesa un gerente habitualmente.

## **b) OBJETIVOS ESPECIFICOS**

? Entender cual fue el papel del administrador en las diferentes etapas históricas y cual es el actual perfil, y más aún cual será en el futuro el papel que cumplan las empresas de servicios turísticos.

? Adquirir conocimientos que le permitan al estudiante tener conceptos particulares, los cuales asociados a la práctica dará herramientas esenciales para el trabajo como emprendedor y administrador, docente, investigador o parte de equipos multidisciplinarios.

? Conocer la legislación vigente, interpretarla de manera de formar un profesional responsable que actúe en el marco de la ética propia de la actividad.

? Transmitir al alumno la necesidad de estar a la vanguardia de la tecnología y nuevas tendencias en el mundo de los negocios.

? Entender las diferentes particularidades que existen en las distintas empresas que conforman el Producto turístico, y cuales los puntos

? Interpretar la realidad de las empresas locales a través del debate de casos puntuales, analizar y proponer cursos de acción para solucionar

## **3. CONDICIONES DE REGULARIDAD Y APROBACION DE LA ASIGNATURA**

En función a la situación de pandemia producida por el Covid-19, lo dispuesto por las autoridades nacionales y por el rector de nuestra Universidad nos vemos en la necesidad de programar la Asignatura excepcionalmente con la modalidad on-line según lo establece la res REC 104-2020 y la disposición del la Secretaría Académica 03-2020. El proceso de aprendizaje será evaluado durante el desarrollo de la asignatura, lo que posibilitará hacer los ajustes necesarios tanto en los contenidos como en las estrategias de aprendizaje.

Los trabajos prácticos tendrán diferentes modalidades, podrán tener instancias de trabajo grupal que siempre se reflejará en una producción individual. La propuesta del trabajo integrador se adjunta al programa.

Condiciones de acreditación:

Se establecerán tres categorías para la acreditación de la materia, Según lo establecido por normas de la facultad, y en particular a la cátedra

Régimen promoción sin examen final:

Asistencia a las clases prácticas (70%)

Aprobación de los trabajos prácticos (70%)

Elaboración de un trabajo final Integrador.

Aprobar 2 parciales o sus respectivos recuperatorios con una nota igual o superior a siete (7).

Alumnos Regulares

Asistencia a las clases prácticas (70%)

Aprobación de los trabajos prácticos (70%)

Aprobar 2 parciales o sus respectivos recuperatorios con una nota igual o superior a cuatro (4).

Aprobar el examen final oral.

Alumnos Libres:

Elaboración y aprobación de un trabajo que integre contenidos sobre un la materia, la elección del tema será con aprobación de la cátedra. (debe ser aprobado para pasar a instancia de examen final).

Aprobar examen escrito y oral

## **4. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA**

Unidad N°1: Introducción

Delimitación del Concepto de empresa, diferentes conceptos, evolución histórica de las empresas en el mundo y de las empresas de Servicios. Características de las empresas actuales y en nuestra provincia. El empresario, características propias del sector.

Unidad N° 2: Organización Interna

Naturaleza y propósito de la planeación, tipos de planes, estrategias., políticas. Naturaleza de la organización, estructura organizacional. Organización Formal e Informal, Dirección, Liderazgo, Control. Administración, Gestión, Financiamiento etc,

Unidad N° 3 Marco Legal

Importancia del Marco legal en las empresas de Servicios Turísticos, Ley Nac20.744 y decreto reg, 390/76. Convenios colectivos de trabajo UTHGRA –AHT 362/03 . UTHGRA- FEFGRA 389/04 y FAECYS – AAVYT 547/08

Unidad N° 4 Recursos Humanos

El recurso humano como elemento diferenciador del Servicio. Integración del personal, Desarrollo humano dentro de la organización. Formación y Capacitación, de los empleados. Nuevas tendencias. Políticas hacia el personal. Motivación. Procesos de Selección e inducción en la organización. Creación del ambiente de trabajo.

Unidad N° 5 Producto, Comercialización y Marketing

Definición, diferencias entre productos turísticos y productos de existencia física, ciclos de vida de los productos turísticos. Componentes del Producto Turístico. Relación con los proveedores. Mercado, selección de mercado. Nuevas tendencias mundiales. Productos turísticos, características de los diferentes servicios que se prestan al turista, Competencia, Marketing en productos y servicios turísticos, diferencias con productos de existencia Física

Unidad N° 6 Calidad

Concepto de Calidad, nuevas tendencias, casos modelos. Oportunidad ante la competencia. Normas de Certificación ISO; IRAM. Certificaciones sobre el cuidado del medio ambiente. Implementación en empresas de Servicios. Procesos de Certificación.

Unidad N°7: Nuevas tendencias

Nuevas tecnologías, utilización de Internet como un elemento competitivo. Sistemas de gestión y reservas. Comercio electrónico. Redes sociales, Nuevas formas de ventas Smart phones, Nuevas tendencias.

## **5. RECURSOS NECESARIOS**

- Proyector

## 6. PROGRAMACIÓN SEMANAL

Semana	Unidad / Módulo	Descripción	Bibliografía
1	INT /UNIDAD 1	Introducción a la Materia	
2	UNIDAD 1	Comienzo trabajo y elección del tema integrador	
3	UNIDAD 2	Teórico y práctico	
4	UNIDAD 3	Trabajo en Grupo sobre el trabajo Integrador	
5	UNIDAD 4	Teórico y práctico. PRIMER PARCIAL	
6	UNIDAD 5	Teórico y práctico, REC 1 PARCIAL	
7	UNIDAD 5	Teórico y práctico	
8	UNIDAD 6	Teórico y práctico	
9	UNIDAD 7	Teórico y práctico	
10	UNIDAD 7	Teórico y práctico. SEGUNDO PARCIAL	
11	TRABAJO FINAL	Teórico y práctico.REC 2 PARCIAL .	
12	INTEGRACION	Coloquio final	

## 7. BIBLIOGRAFIA DE LA ASIGNATURA

Autor	Año	Título	Capítulo/s	Lugar de la Edición	Editor / Sitio Web
ALBERT PIÑOLE, Isabelt	1999	Gestión, Productos y Servicios de las Agencias de Viajes	todos	España	Centro de Estudios Ramón Areces S.A
Ministerio de Turismo y Deporte	2020	LEgislación e información	Web	Buenos Aires	www.turismo.gob.ar
ALONSO ARMEIDA, María del Mar – BARCOS REDÍN, Lucía - MARTPIN CASTILLA, Juan Ignacio	2006	Gestión de la Calidad de los Procesos Turísticos	todos	España	Sintesis
BALANZA, Isabel Milio – CABO NADAL, Mónica	2000	Comercialización de Productos y Servicios Turísticos	todos	España	Parainfo
DELATORRE, Francisco	1990	Agencias de Viajes y Transportación	todos	Mexico	Triillas

KONTZ, Harold – WEIHRICH, Heinz	1999	Administración: una perspectiva global	todos	Mexico	McGraw-Hill
KOTLER, Philip – BOWEN, John	1997	Mercadotecnia para Hotelería y Turismo	todos	Mexico	Prentice-Hall
MARTIN ROJO, Inmaculada	2000	Dirección y gestión de empresas del sector turístico	todos	España	Piramide
SCHLUTER, Regina – WINTER, Gabriel	2003	TURISMO Una perspectiva empresarial	todos	Buenos Aires	Ciet
TERRAGNO, Danila – LEUCONA, Maria Laura	1999	Como armar un Plan de Negocios	todos	Buenos Aires	Coyuntura
Semanario Ladevi	2020	La Agencia de Viajes	todos	Buenos Aires	<a href="http://www.ladevi.travel/">www.ladevi.travel/</a>
Hosteltur	2020	Semanario de Turismo	todos	España	<a href="http://www.hosteltur.com">www.hosteltur.com</a>
Aviación News	2020	Revista de Aviación	todos	Buenos Aires	<a href="http://www.aviacionnews.com">http://www.aviacionnews.com</a>
Organización Mundial del Turismo	2020	Publicación Web	todos	MADrid	<a href="http://www.unwto.org">http://www.unwto.org</a>
Barbero, María Inés	1993	Historia de empresas. Aproximaciones historiográficas y problemas en debate	todos	Buenos Aires	Centro editor de America Latina
Kotler, Philip	2011	El marketing según Kotler. Cómo crear, ganar y dominar los mercados	todos	MADrid	Paidós Empresas
Kotler, Philip	2011	Márquetig Turístico	todos	MADrid	Pearson
Casanueva Rocha, Cristobal	2016	Empresas y Organizaciones Turísticas	Todos	Madrid	Pirámide
Rubio, Tomas	2016	Recursos humanos. Dirección y gestión de personas en las organizaciones	Todos	Barcelona	Octaedro
Robbins, Stephen P.	2014	Administración 12 Edición	Todos	México	Pearson
Escobar, Antonio	2016	Marketing Turístico	Todos	Madrid	Síntesis
Camison, Cesar	2006	Gestión de la Calidad; conceptos, modelos, enfoques y sistemas	Todos	MADrid	Pearson
Summers, Donna C. S.	2006	Administración de la carlidad	Todos	Madrid	Pearson

Garcia Isa, Isabel	2013	Gestion de Recursos Humanos en Empresas Turisticas	todos	MAdrid	Parainfo
--------------------	------	--	-------	--------	----------

-----  
Firma del docente-investigador responsable

VISADO		
COORDINADOR DE LA CARRERA	DIRECTOR DEL INSTITUTO	SECRETARIO ACADEMICO UNTDF
Fecha :	Fecha :	

**Este programa de estudio tiene una validez de hasta tres años o hasta que otro programa lo reemplace en ese periodo**