



Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,
Jurídicas y Sociales

RESOLUCIÓN DECECO N°
Salta, 07 NOV 2017
EXPEDIENTE N° 6237/16

1.026.17

VISTO: La presentación efectuada por la Profesora Adjunta interina Marta Anabel AGUILERA, mediante la cual solicita la aprobación para el periodo lectivo 2017 de la planificación de la asignatura **HOTELERÍA II** de segundo año de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013, que se dicta en la localidad de Cafayate, y;

CONSIDERANDO:

Que a fs. 32, del expediente de referencia, obra Despacho N° 398/17 de la Comisión de Docencia con dictamen favorable.

Que la propuesta presentada cumple con las normativas vigentes de aplicación (Resolución CS N° 521/13).

Que el Art. 113, inciso 8 de la Res. A. U. N° 01/96, Estatuto de la Universidad Nacional de Salta establece como una atribución del Consejo Directivo la de aprobar Programas Analíticos y la Reglamentación sobre régimen de regularidad y promoción.

Que mediante las Resoluciones N° 420/00 y 718/02, el Consejo Directivo de esta Unidad Académica, delega al Señor Decano las atribuciones antes mencionadas.

POR ELLO, en uso de las atribuciones que le son propias,

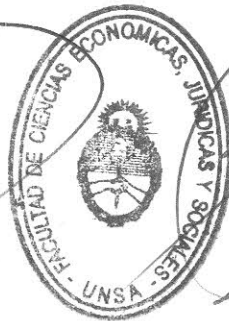
**EL DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS,
JURIDICAS Y SOCIALES
RESUELVE:**

ARTICULO 1.- APROBAR para el período lectivo 2017, la planificación que obra de fs. 22 a 30, de la asignatura **HOTELERÍA II** de segundo año de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013, que se dicta en la localidad de Cafayate, presentada por la Profesora Marta Anabel Aguilera y cuyo programa analítico y de examen, bibliografía, régimen de regularidad y promoción obran como Anexo I de la presente Resolución.

ARTICULO N° 2.- HAGASE SABER a la Profesora Marta Anabel AGUILERA, a Dirección General Académica, a las Direcciones de Alumnos e Informática y al C.E.U.C.E., para su toma de razón y demás efectos.

ahl
R
Eer


Dr. Diego Sibello
Secretario As. Institucional y Administrativo
Fac. Cs. Econ., Jur. y Soc. - UNSa




Dr. Hugo Leyva Olimos
VIC. DECANO
Fac. Cs. Econ., Jur. y Soc. - UNSa



ANEXO I – RES. DECECO N° 1026.17

HOTELERIA II

CARRERA: **TECNICATURA UNIVERSITARIA EN GESTIÓN DE TURISMO**

Dictada en: **CAFAYATE**

AÑO DE LA CARRERA: **2º AÑO**

PLAN DE ESTUDIOS: **2013**

CUATRIMESTRE: **1º CUATRIMESTRE**

CARGA HORARIA SEMANAL: **3 HORAS**

PERIODO LECTIVO: **2017**

IMPORTANCIA E INTEGRACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

La presente asignatura corresponde al segundo nivel general, referido a las competencias básicas necesarias para la intervención en empresas de servicios, particularmente las empresas que brindan hospitalidad, a desarrollar durante el segundo cuatrimestre del segundo año.

La era digital marco un punto de inflexión en el negocio de los viajes que ya no tiene retorno. Las nuevas tecnologías de información y comunicación constituyen uno de los pilares de esta nueva era. Las TIC y en particular Internet, son utilizadas crecientemente en la industria de los viajes y el turismo para presentar la oferta al público, satisfacer las necesidades de información, posicionarse en el mercado, y además repercute fuertemente en los canales de distribución, comercialización y la gestión de los servicios.

El objetivo central de la cátedra "Hotelería II" será identificar, comprender y reflexionar sobre el impacto de las principales tecnologías aplicadas a la gestión de los destinos turísticos, y al **sector hotelero** en particular.

La asignatura propone conocer cómo se desarrolló la evolución de la Tecnología de la Información y Comunicación, y como el factor tecnológico afecto de manera gradual los **procedimientos operativos y de gestión en el ámbito del sector hotelero**. Esto permitirá desarrollar el conjunto de capacidades que permitirán al Técnico Universitario en Gestión de Turismo un desempeño adecuado bajo parámetros de calidad, considerando que en la actualidad estamos inmersos en un mercado de trabajo tecnológico y digital y que el técnico no debe dejar de conocer y desarrollar capacidades tecnológicas que le permitan desempeñarse en el mercado laboral competitivo.

En este sentido, el empleo correcto de las TIC en técnicas de gestión y operación en la hospitalidad, ayudan a conseguir una eficaz prestación de servicios, garantes de la consecución de un positivo funcionamiento.

Los contenidos de la cátedra Hotelería II, darán un marco general de algunos conceptos que se abarcan luego en las cátedras Comercialización, Seminario de Práctica Profesional, Planificación y Proyectos de Inversión.

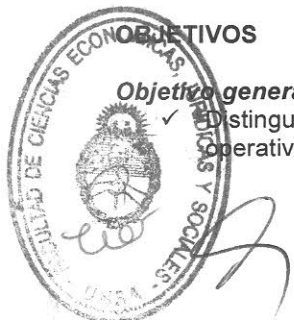
También es fundamental su vinculación con Administración de Empresas Turísticas, ya que dicha cátedra establece los fundamentos administrativos aplicados a las empresas y en especial, dentro del campo del turismo, a las empresas hoteleras. Su vinculación con Agencias de Viajes II, también es de relevancia, si consideramos que la función principal de las Agencias es la intermediación, entre los prestadores turísticos y la demanda turística, además de que las agencias de viajes son una de las empresas que en sus inicios se vio fuertemente impactada por las TIC.

En virtud de los conocimientos y capacidades que el título de Técnico Universitario en Gestión de Turismo acredita, tales como las de organizar, dirigir y ejecutar tareas inherentes a las distintas áreas funcionales de las empresas de servicios turísticos, las capacidades profesionales a desarrollar en Hotelería II, corresponden al desarrollo específico de los procedimientos operativos y de gestión en el ámbito de la **hostelería**, vinculadas a las Tecnologías de la Información y Comunicación.

OBJETIVOS

Objetivo general de conocimiento:

✓ Distinguir los principales conceptos teóricos y prácticos sobre los aspectos organizativos y operativos y de gestión en el ámbito de la hospitalidad vinculados a las Tecnologías de la





Información y la Comunicación actual, de manera de desarrollar en el estudiante, habilidades y técnicas propias que le permitan gestionar las áreas y los departamentos de un hotel a través de las herramientas informáticas.

- ✓ Que el alumno pueda integrar los contenidos de la materia de manera transversal con los espacios curriculares de otras asignaturas (ejemplo, Administración de empresas turísticas, Comercialización, Planificación de Proyectos de inversión).

Objetivos específicos de conocimiento:

- ✓ Conocer la evolución del turismo a nivel nacional e internacional, así como también las tendencias del mercado turístico a nivel mundial, y en particular las tendencias del sector hotelero.
- ✓ Conocer y comprender los cambios en el comportamiento de la demanda turística, a fin de poder identificar los nuevos segmentos, y las nuevas oportunidades de mercado.
- ✓ Conocer que son las TIC, y cuál fue el impacto de las TIC en la sociedad en general y el turismo en particular.
- ✓ Conocer las ventajas del uso de Internet y las TIC para la evolución del negocio del turismo y la hotelería desde la comunicación hasta la comercialización.

Objetivos actitudinales generales

- ✓ Confianza en sus posibilidades de interpretar la realidad empresarial hotelera.
- ✓ Disposición favorable para el trabajo individual y en conjunto.
- ✓ Respeto por el otro.
- ✓ Revisión crítica, responsable y constructiva del material bibliográfico.
- ✓ Curiosidad, interés por la actividad.
- ✓ Valoración del trabajo cooperativo.

PROGRAMA DE CONTENIDOS (ANALÍTICO y DE EXAMEN)

UNIDAD 1: Características del Mercado Turístico a nivel nacional e internacional

Evolución del turismo a nivel nacional e internacional. Cifras estadísticas. Características del mercado turístico actual. Cambios en el comportamiento de la demanda turística. Turistas tradicionales y turistas actuales. Tendencias del mercado en la oferta y la demanda. Tendencias del Sector Hotelero. Responsabilidad Social Empresarial en las empresas hoteleras.

UNIDAD 2: Las TIC y el turismo

¿Qué son las TIC? El impacto de las TIC en la sociedad en general y el turismo en particular. El proceso de desintermediación y la re-intermediación en el sector turístico y el sector hotelero. Las TIC y su influencia en cada área operativa del hotel. Las ventajas del uso de Internet para la evolución del negocio del turismo y la hotelería, desde la comunicación hasta la comercialización. Comercio electrónico y Marketing Digital en el sector hotelero. El impacto de las redes sociales en Turismo y Hotelería. La tecnología móvil y su impacto en el turismo y la hotelería. Los proveedores de servicios y productos turísticos y las TIC.

UNIDAD 3: Sistemas Informáticos Aplicados a la gestión Hotelera.

Sistemas de Gestión Hotelera. Gestión de reservas, telefonía, housekeeping, recepción, funciones de caja, puntos de ventas, gestión de relaciones con los clientes (CRM), modulo contable financiero, cuentas corrientes, compras y stock, administración y gestión.

METODOLOGÍA

Con el fin de abarcar todos los contenidos explicitados en el programa analítico precedente, la materia se organiza bajo una metodología participativa, con clases teóricas-prácticas coordinadas por los docentes. Algunas formas de abordar el conocimiento serán:

- Trabajos prácticos de producción grupal y/o individual, conforme a consignas dadas por el docente
- ✓ Guías de Lectura y análisis de estudios de casos
- ✓ Examen de comprensión teórica





- ✓ Análisis de artículos y/o textos
- ✓ Exposiciones teóricas
- ✓ Discusión de ideas y temas de actualidad

La profesora adjunta de la cátedra desarrollara las clases expositivas de los contenidos teóricos, orientadas a la explicación y descripción que faciliten el conocimiento de los temas propuestos, buscando la comprensión por parte de los estudiantes, de los contenidos planteados en cada unidad. De esta forma se desarrollará el análisis y el comentario de la bibliografía y demás fuentes. Con este fin se administrarán, según el tema a trabajar, técnicas expositivas, debate conducido, esquemas conceptuales, lecturas comentadas, y estudios de caso.

Los trabajos prácticos a cargo del Jefe de Trabajos Prácticos constituirán espacios destinados al **análisis e integración de los contenidos** de los diferentes ejes temáticos que componen el programa de la materia. Las clases prácticas se basarán en la resolución de casos, diálogo y resolución de guías de lecturas y/o trabajos prácticos.

CRITERIOS y SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación de los aprendizajes es permanente, se valorará la participación activa del alumno en el desarrollo y puesta en común de las tareas propuestas en clases. Para el seguimiento se tendrá en cuenta el porcentaje de asistencia y el grado de participación de los estudiantes durante el cursado de la materia.

En las instancias de evaluación se tomarán en cuenta los siguientes criterios.

- Objetividad y coherencia en razonamientos, que permitan al alumno la comprensión lectora desde una reflexión crítica de la bibliografía.
- Dominio de contenidos específicos conceptuales, que permita establecer relaciones, obtener conclusiones y elaborar explicaciones con base argumentativa.
- Comunicación oral y escrita, utilizando lenguaje apropiado.
- Prolijidad, puntualidad y formalidad en la presentación de las actividades planificadas y trabajos prácticos.
- Intervención activa en clase a partir de la discusión de ideas, conceptos y estudios de casos.

Instrumentos, momentos o instancias de la evaluación

La evaluación es un componente del proceso formativo que implica recolectar información sobre los rendimientos y desempeños del estudiante, permitiendo el análisis para mejorar el proceso de enseñanza – aprendizaje. Es por ello que se plantean tres instancias de evaluación: antes, durante y al finalizar el proceso.

Antes: evaluación inicial, para recoger los saberes que posee el estudiante para asumir la asignatura. A tal fin se aplicara una serie de baterías de pregunta de entrada a la materia, cuyo resultado no interviene en el cálculo de la calificación de la asignatura.

Durante: se evalúa el desempeño del estudiante en el cumplimiento de tareas académicas de manera procesal (trabajos prácticos y exámenes parciales) que originan la nota del proceso.

Final: se evalúa el producto del aprendizaje, al finalizar el cuatrimestre, usándose la **prueba escrita y/u oral** como instrumento de medición (examen final).

CONDICIONES PARA OBTENER LA REGULARIDAD Y/O PROMOCIONALIDAD

Para regularizar la materia los alumnos deberán aprobar el **75 % de los trabajos prácticos con calificación no menor a 6 (seis)**. Los trabajos prácticos son de carácter escrito y podrán tener a su vez una instancia oral para la exposición del mismo. Los trabajos prácticos tienen su instancia de recuperación.

Además, deberán tener **aprobado un (1) examen parcial, con calificación no menor a 6 (seis)**. El examen parcial es de carácter escrito, y tienen su instancia de recuperación.

La asignatura **no** es de carácter promocional.





ESTUDIANTES LIBRES

Los estudiantes que no hayan superado los exámenes parciales o sus recuperatorios o no hayan cumplido con alguno de los puntos señalados precedentemente, quedarán como **alumnos libres**. Deberán rendir un examen escrito y uno oral. El escrito es eliminatorio y su aprobación será con 4 (cuatro) como mínimo. De ser aprobado se tomará una instancia oral que también deberá ser aprobada con 4(cuatro) como mínimo.

Nota: tanto alumnos regulares como libres deberán presentarse en los exámenes finales con el programa vigente correspondiente.

BIBLIOGRAFÍA:

BIBLIOGRAFIA BASICA			
AUTOR	TITULO	EDITORIAL	Lugar y año de edición
Fasiolo Urli, Carlos Alberto et al.	Estrategia y gestión de emprendimientos hoteleros. Cuestiones de turismo y hotelería	Editorial Buyatti	2014
Fernando José Garrigós Simón, Yeamduan Narangajavana	"Capacidades directivas y nuevas tecnologías en el sector turístico"	Editorial Universitat jaum	2006
OTRAS PUBLICACIONES			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Global Trends Report 2015. Consultora Euromonitor International. 2. Ministerio de Turismo de la Nación. Encuesta de Turismo Internacional (ETI) Junio de 2016. 3. Ministerio de Cultura y Turismo de Salta. Análisis estadísticos de la actividad turística Salta. 4. Revista Hosteltur. Abril 2016. La industria turística redescubre la pasión por la comida. Páginas seleccionadas. 5. Revista Hosteltur. Enero-Febrero 2016. N° 255. Grandes Aventuras del turismo en 2016. Páginas seleccionadas. 6. Revista Hosteltur. Marzo 2017. Lo más nuevo de 2017. Productos, servicios y tendencias que marcarán el año. Páginas seleccionadas. 7. Revista Hosteltur. Marzo 2015. Tendencias 2015. Páginas seleccionadas. 8. Revista Hosteltur. Lo más nuevo de 2017. Productos, servicios y tendencias que marcarán el año. "TECNOLOGÍA casi humana." Página: 40 y 41. 9. Revista Hosteltur Marzo 2017. Posibilidades del Marketing Automatizado para hoteles. Paginas: 12 a 13. 10. Hosteltur Marzo 2017. Tecnologías que los clientes buscan en la habitación de hotel. Paginas: 22. 11. Hosteltur Marzo 2017. Los hoteles urbanos innovan para dar respuesta a la tendencia bleisure. Paginas: 24 y 25 12. La Argentina incursiona en las últimas tendencias en hotelería basadas en el diseño y la tecnología. 13. Guía de primeros pasos en Responsabilidad Social Empresarial para PyMEs en el Sector Turismo 14. Gazzera, María Alejandra; Lombardo Lorenna; Vogel Mónica; Quadri Fabiana; Marenzana Gabriela; Molina Marcela, 2010. Las Empresas Turísticas y su Administración. Editorial Educo. Neuquén. Páginas 29 a 35. 15. Revista Hosteltur on-line, 2016. "La Responsabilidad Social Empresarial permite mejorar el 			





- negocio hotelero".
16. "GESTIÓN SUSTENTABLE EN HOTELES". Asociación de Hoteles de la Republica Argentina. Agosto 2012.
 17. Pablo Turmero, (s/f). "Las nuevas tecnologías y el turismo. el proceso de desintermediación en el sector turístico".
 18. Textos Varios de **Hotelería, Innovación y TICs.**
 19. Revista on-line Hosteltur.com. Proveedores. Enero 2016.
 20. Luana Lacramioara Chirila.(s/f). "Las nuevas tecnologías en el turismo".
 21. Revista Hosteltur. Octubre 2013. "Las 20 tendencias tecnológicas que transformarán el turismo".
 22. La Big Data retos y oportunidades para el turismo
 23. Hinojosa Vivi. (Junio 2015). "Digitalización claves de futuro para la hotelería".
 24. Pura Marketing. Mayo 2016. "Breve historia de la evolución del comercio electrónico".
 25. Ariel M. Benedetti. Marketing en Redes Sociales. Segunda Edición, 2016. Editorial AMDIA.
 26. Dossier empresario. Periódico mensual. Año 19/6. N° 185 – 49. Mayo 2017. Paginas seleccionadas.
 27. Dossier empresario. Periódico mensual. Año 19/6. N° 186 – 50. Junio 2017. Paginas seleccionadas.
 28. Revista Mercado. Enero 2017. "Los 100 Protagonistas". Paginas seleccionadas.
 29. Fasiolo Urli. Capitulo 4: "Tecnología de información y gestión aplicadas a la industria hotelera". Editorial Buyatti.

