

QUILMES, 1 de junio de 2011.

VISTO el Expediente N° 827-0684/11 mediante el que se tramita la modificación del Plan de Estudios de la Licenciatura en Turismo y Hotelería, la Resolución Ministerial 1717/04, la propuesta elaborada por la Comisión de Trabajo para la revisión de la Licenciatura en Turismo y Hotelería y la Resolución (CD) N° 050/11, y

CONSIDERANDO:

Que de la Resolución Ministerial 1717/04 se desprende la necesidad de reformar las currículas de las carreras de Educación a Distancia.

Que la Dirección de la Licenciatura en Turismo y Hotelería, junto con la Comisión de Trabajo han efectuado una evaluación del diseño curricular, en lo referente al perfil de egresado, estructura general del Plan de Estudios, objetivos de formación y contenidos mínimos de la carrera.

Que en virtud de dicha evaluación, la Dirección de la Carrera junto con la Comisión de Trabajo proponen a la Dirección del Departamento de Economía y Administración el tratamiento de la reforma curricular que se adjunta como anexo.

Que el Consejo Departamental de Economía y Administración, mediante Resolución (CD) N° 050/11, propone al Consejo Superior la aprobación del Plan de Estudios.

Que la Comisión de Asuntos Académicos, Evaluación de Antecedentes y Posgrado ha emitido despacho con criterio favorable.

Que la presente se dicta en ejercicio de las atribuciones que el Art. 62°, Inc f) del Estatuto Universitario le confiere al Consejo Superior.

Por ello,



UNQ
CONSEJO SUPERIOR

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

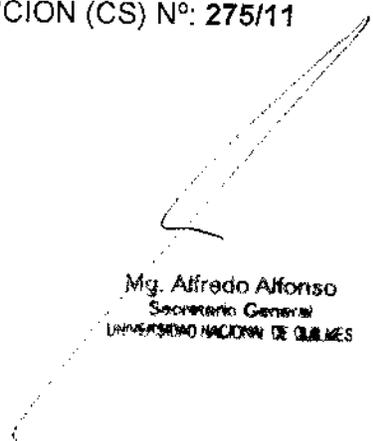
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º: Aprobar el Plan de Estudios de la Licenciatura en Turismo y Hotelería - Tronco Único - que se adjunta en el anexo I de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2º: Aprobar el Plan de Estudios de la Licenciatura en Turismo y Hotelería -Ciclo de Complementación- que se adjunta en el anexo II de la presente Resolución.

ARTICULO 3º: Regístrese, practíquense las comunicaciones de estilo y archívese.

RESOLUCION (CS) Nº: 275/11



Mg. Alfredo Alfonso
Secretario General
UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES



ANEXO I

PLAN DE ESTUDIOS

LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA – TRONCO ÚNICO –

1. Nombre de la carrera

LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERIA

2. Especificación de la modalidad de la carera

Modalidad a distancia

3. Años de duración de la carrera

Para obtener la Licenciatura en Turismo y Hotelería se deberán reunir 310 créditos académicos 3.410 horas en dos ciclos académicos de una duración estimada de dos años y medio cada uno.

4. Nombre del título a otorgar

Licenciado/a en Turismo y Hotelería.

5. Alcances del título

Los alcances del título de Licenciada/o en Turismo y Hotelería habilitan al egresado a:

- Planificar, gestionar, operar, evaluar y asesorar organizaciones formales del sector público y privado del turismo, la hotelería y otras actividades de servicios afines, bajo la forma de relación de dependencia, emprendimientos propios o mediante consultoría.
- Realizar estudios, diagnósticos e implementar proyectos sobre distintos aspectos de la administración y organización de organizaciones del sector público, empresas de turismo, hotelería u otras actividades de campos profesionales afines a los servicios.
- Realizar investigaciones de carácter académico o profesional; evaluar y ejecutar propuestas y proyectos en el área de su competencia, ejercer la docencia y desempeñarse en los ámbitos de la gestión educativa.

Podrá ejercer su campo profesional en empresas de turismo, de alojamientos, de transporte, de organización de eventos, de seguros del viajero, de actividades recreativas u otras afines; en organismos de turismo u hotelería públicos y privados en el nivel municipal, provincial, nacional o internacional, incluyendo los oficiales, entes autárquicos, Cámaras, Asociaciones, Sociedades Civiles, Fundaciones, u otras; en consultorías y campos profesionales afines; en

instituciones educativas en todos los niveles donde se desarrollen actividades de estudio, investigación, docencia y transferencia en capacitación y consultoría afin a la disciplina.

6. Perfil del graduado

El objetivo de la propuesta de la carrera de Licenciatura en Turismo y Turismo, es formar un profesional universitario proactivo y flexible con una alta capacidad de adaptarse a los permanentes cambios que marcan las tendencias del turismo y la hotelería.

Que posea sólidos conocimientos, capacidades y habilidades generales y técnicas para la organización, administración y operación de empresas turísticas y hoteleras orientadas a la alta calidad; para la realización de diagnósticos, planificación y coordinación de actividades turísticas.

Que impulse el desarrollo de la actividad en relación con el entorno relacionado con un turismo sustentable que tienda a proteger y mejorar los recursos y las oportunidades futuras de su uso, para el desarrollo de nuevos productos turísticos innovadores; la implementación de programas de calidad en empresas y destinos turísticos.

En el ámbito de la Administración Pública, el asesoramiento, la formulación e implementación de políticas y legislación turísticas; y el análisis para la gestión de tecnologías apropiadas.

También está formado para desempeñarse en el ámbito académico donde podrá investigar, evaluar y ejecutar propuestas y proyectos en el área de su competencia, ejercer la docencia y desempeñarse en los ámbitos de la gestión educativa.

Tiene conocimientos de:

Las teorías y principios de la organización y administración de empresas aplicados al sector del turismo, la hotelería, y actividades afines a los servicios en general orientados a la alta calidad.

Las teorías y avances en las disciplinas aplicables a los procesos y formas organizativas del servicio del turismo, la hotelería y los servicios en general.

Elementos metodológicos sobre el desarrollo de la aplicación de herramientas en planificación y dirección estratégica.

Elementos para definir políticas de comercialización eficientes.

El desarrollo de ideas y la creación de emprendimientos turísticos y hoteleros.

La selección y gestión de las nuevas tecnologías y su impacto en la estructura en el turismo, la hotelería, y los servicios en general.

Las principales características del espacio territorial y su inclusión en los circuitos turísticos.

La formulación e interpretación de las políticas y las legislaciones turísticas y hoteleras.



Los principios y metodología de la investigación aplicada a las actividades del turismo y la hotelería.

7. Condiciones de ingreso a la carrera

Quienes aspiren a ingresar a la Licenciatura en Turismo y Hotelería deben:

- Haber aprobado el nivel medio o el ciclo polimodal.

8. Plan de estudios

Estructura curricular

La Licenciatura en Turismo y Hotelería que ofrece el Departamento de Economía y Administración de la Universidad Nacional de Quilmes, mediante la modalidad virtual, ha sido organizada según los siguientes criterios:

Presentar una oferta de calidad académica de reconocido prestigio en el ámbito de los servicios del turismo, la hotelería, y los servicios en general.

Ofrecer a los estudiantes un espacio de formación flexible, que puede ser transitado a distintos ritmos, de acuerdo con los intereses y las posibilidades personales.

Brindar una oferta de asignaturas que permitan la realización de un recorrido formativo y la iniciación en un campo de desarrollo técnico profesional específico.

Acordes con estos criterios, el Plan de Estudios de la Licenciatura en Turismo y Hotelería está estructurado para promover el grado de opción del estudiante, quien podrá componer su perfil académico y profesional dentro de un marco que supone una base común de fundamento y asignaturas de corte instrumental.

a) Asignaturas

El Plan de Estudios se estructura sobre la base de dos ciclos académicos.

El primer Ciclo de dos años y medio, corresponde a la Tecnicatura Universitaria en Ciencias Empresariales, que ofrece una sólida formación básica en el campo de esas ciencias. El plan de estudios de la Tecnicatura, incluye los cursos orientados a la Licenciatura en Turismo y Hotelería, otorgando un total de 160 créditos o 1.760 horas.

Los dos años y medio siguientes corresponden al Ciclo de Especialización para la Licenciatura en Turismo y Hotelería que incluye tanto los conocimientos teóricos como los aplicados a la planificación, gestión y operación del turismo y la hotelería. Contempla cursos obligatorios y electivos donde el estudiante tiene la posibilidad de elegir dentro de la oferta

correspondiente los cursos vinculados a sus áreas de interés. Este Ciclo otorga 150 créditos o 1.650 horas.

1. Ciclo de Formación Inicial

Núcleo de Asignaturas Obligatorias

Núcleo de Asignaturas Orientadas

2. Ciclo de Especialización

Núcleo de Asignaturas Obligatorias

Núcleo de Asignaturas Electivas

El núcleo de asignaturas básicas obligatorias del Ciclo de Formación Inicial está integrado por 12 (doce) asignaturas y un total de 120 créditos entre las que se incluyen aquellas generales, que permitirán al estudiante estudiar los distintos instrumentos vinculadas al derecho, la contabilidad, la economía así como tender a una formación integral teórica e histórica; y por asignaturas instrumentales, orientadas al manejo de herramientas matemáticas, financieras, contables e impositivas que otorgarán al estudiante un perfil que se consolidará en las elecciones posteriores.

El estudiante deberá acreditar 4 (cuatro) asignaturas y un total de 40 créditos del núcleo de asignaturas orientadas del Ciclo de Formación inicial, que se constituye en una aproximación inicial al campo académico y profesional propio de la Licenciatura en Turismo y Hotelería. Se definen en virtud de anticipar conocimientos precursores y problemáticas específicas de la disciplina.

El estudiante debe aprobar 10 (diez) asignaturas y 100 créditos del núcleo de asignaturas obligatorias del Ciclo de Especialización. Está integrado por las asignaturas plenamente vinculadas a la especialidad del turismo o la hotelería.

El núcleo de asignaturas electivas del Ciclo de Especialización tiene por objetivo complementar la formación del estudiante, quien podrá armar su recorrido de acuerdo a sus saberes previamente adquiridos y a sus propios intereses. Incluirá una amplia oferta de asignaturas de distintas áreas, pudiendo incluir la oferta de cursos de otras carreras, de los cuales el alumno deberá escoger un total de 5 (cinco) asignaturas y 50 créditos.

Requisitos de formación previos para la obtención del título

Se requerirá la aprobación de un examen de suficiencia de lectura y comprensión del idioma inglés técnico, que se considera requisito curricular pero que no otorga créditos académicos. Podrán reconocerse los niveles de inglés aprobados y certificados por otras Universidades, Instituciones Terciarias, Centros de formación del idioma, Instituciones Internacionales, o los que la Universidad decida. En el caso de que el alumno no acredite el requisito del idioma, se le ofrecerán los cursos conducentes al logro de la aprobación.

Estructuración del plan de estudios

CICLO DE FORMACION INICIAL		
NUCLEO DE ASIGNATURAS OBLIGATORIAS		
(12 asignaturas)		
Economía y administración en la sociedad de la información	Economía I: Introducción a la economía	Historia social general
Contabilidad I Básica	Economía II: Microeconomía	Teoría sociológica
Actuación tributaria	Administración I: Organización y administración de empresas	Introducción al derecho
Matemáticas	Estadística	Actuación laboral
NUCLEO DE ASIGNATURAS ORIENTADAS		
(4 asignaturas)		
Artes y estética de la historia de occidente	Gestión de servicios de hospitalidad	Marketing
Relaciones públicas		
CICLO DE ESPECIALIZACION		
NUCLEO DE ASIGNATURAS OBLIGATORIAS		
(10 asignaturas)		
Problemas turísticos contemporáneos	Organización y gestión de empresas turísticas y hoteleras	Planeamiento turístico

Emprendimientos de servicios	Calidad de servicios y satisfacción al cliente	Servicios de transporte
Sistemas informáticos aplicados al turismo y la hotelería	Política y legislación turística y hotelera	Metodología de la investigación y estadística descriptiva
Geografía, Espacio y Turismo		
NUCLEO DE ASIGNATURAS ELECTIVAS (5 asignaturas)		
Dentro de la oferta de distintas áreas, según se determine en cada oportunidad.		

Requisitos de graduación

Para obtener el título de Licenciado en Turismo y Hotelería se exigirá a los estudiantes haber aprobado todos los cursos y **presentar un trabajo de integración final**. Ese trabajo consiste en una monografía o en un proyecto de práctica profesional realizado sobre una temática seleccionada por el estudiante, vinculado a los estudios de la Licenciatura. El estudiante contará con el acompañamiento de un tutor. La carrera definirá las normas de estilo y una guía para la elaboración y posterior presentación del trabajo final integrador. Quedarán exceptuados de la presentación del trabajo final integrador los estudiantes que hayan realizado en otras instituciones universitarias o terciarias pasantías, o cursado talleres de práctica profesional y que consten en sus fojas de estudio, así como también quienes cuenten con experiencia laboral certificada afín a la carrera de licenciatura.

b) Asignación horaria semanal y total de cada asignatura

	Modalidad de dictado	Régimen de cursado	Carga horaria semanal (horas-reloj)	Instancias presenciales obligatorias (horas reloj)	Carga horaria total (horas reloj)
CICLO DE FORMACION INICIAL					



Núcleo de Asignaturas Obligatorias					
12 asignaturas					
Contabilidad I Básica	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Actuación tributaria	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Economía I: Introducción a la economía	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Economía II: Microeconomía	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Economía y administración en la sociedad de la información	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Administración I: Organización y administración de empresas	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Introducción al derecho	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Actuación laboral	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Matemáticas	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Estadística	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Historia social general	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Teórica sociológica	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Núcleo de Asignaturas Orientadas					
4 asignaturas					
Gestión de servicios de hospitalidad	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Relaciones públicas	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Marketing	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Artes y estética de la historia de occidente	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
CICLO DE ESPECIALIZACION					
Núcleo de Asignaturas Obligatorias					
10 asignaturas					
Planeamiento turístico	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Problemas turísticos contemporáneos	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Servicios de transporte	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Emprendimientos de servicios	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Metodología de la	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110

investigación y estadística descriptiva					
Calidad de servicios y satisfacción al cliente	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Sistemas informáticos aplicados al turismo y la hotelería	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Política y legislación turística y hotelera	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Organización y gestión de empresas turísticas y hoteleras	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Geografía, espacio y turismo	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Total			156	364	2.860
Núcleo de Asignaturas Electivas					
5 asignaturas					
Total Asignaturas	A distancia	Cuatrimestral	30	70	550

c) Régimen de cursado de cada asignatura

El régimen de cursado de cada asignatura se formaliza mediante una oferta estructurada en una agenda académica de períodos cuatrimestrales.

Para cursar asignaturas del Núcleo de asignaturas orientadas del Ciclo de Formación inicial es requisito haber aprobado el 50 % de los finales de las asignaturas correspondientes al Núcleo de asignaturas básicas obligatorias de ese Ciclo.

Para cursar asignaturas del Núcleo de asignaturas obligatorias del Ciclo de Especialización es requisito tener aprobado el 50 % de los finales del Núcleo de asignaturas básicas orientadas del Ciclo de Formación inicial y el 100% del Núcleo básico obligatorio. Para cursar asignaturas electivas del Ciclo de Especialización se deben tener aprobadas el 100 % de las asignaturas del Ciclo de Formación Inicial.

d) Modalidad de dictado de cada asignatura

El dictado es a distancia mediante la modalidad virtual.

e) Asignación horaria total de la carrera

Núcleos de Estudios	Cantidad de asignaturas	Total horas de acreditación
Núcleo de Asignaturas Básicas	12 (doce)	1.320

Obligatorias del Ciclo de Formación Inicial		
Núcleo de Asignaturas Orientadas del Ciclo de Formación Inicial	4 (cuatro)	440
Núcleo de Asignaturas Básicas Obligatorias del Ciclo de Especialización	10 (diez)	1.100
Núcleo de Asignaturas Electivas del Ciclo de Especialización	5 (cinco)	550
Total	31 (treinta y uno)	3.410

La Licenciatura en Turismo y Turismo acredita un total de 3.410 horas.

f) Contenidos mínimos de cada asignatura

CICLO DE FORMACION INICIAL

Núcleo de Asignaturas Obligatorias

Economía y administración en la sociedad de la información

Génesis y desarrollo de la revolución tecnológica. Paradigmas tecnoeconómicos. Paradigma informacional. Relación actual entre tecnología, conocimiento y sociedad. Economía de la información. Internet y la nueva economía. Impacto de Internet en los negocios, el turismo y el comercio internacional. TIC, empresa y sociedad. Redes, territorio y competitividad en los negocios. Innovación, cultura y gestión del trabajo en las empresas.

Economía I: Introducción a la Economía

Conceptos y definiciones básicas en economía. Escasez, elección y costo de oportunidad. Frontera de Posibilidades de Producción. Demanda individual y de mercado, oferta de una empresa y de la industria. Equilibrio. Elasticidades. Introducción a la teoría del consumidor y a la teoría de la firma. Estructuras de mercado. Introducción a la macroeconomía: Ecuación económica fundamental y el modelo de las tres brechas. Sector real, sector monetario y sector público. La inflación causas y consecuencias. El sector externo y los mercados cambiarios.

Historia social general

La sociedad feudal. La sociedad burguesa. La expansión del siglo XVI. La crisis del siglo XVII y el advenimiento del capitalismo. La revolución industrial. La revolución francesa. Las revoluciones de 1830. La revoluciones de 1848 y el fin del ciclo revolucionario burgués. La expansión del capitalismo. El imperialismo. La primera guerra mundial. La revolución rusa. La crisis económica mundial de 1929. El estado de bienestar. La crisis política del liberalismo. El surgimiento de los fascismos. La segunda guerra mundial. La guerra fría. El

proceso de descolonización. El triunfo de los neoconservadurismos y sus efectos sociales. La caída del muro de Berlín. El mosaico pos soviético.

Contabilidad I Básica

El objetivo de la contabilidad y de los sistemas de información contable. Características y requisitos de la información contable. La estructura patrimonial. Los informes contables para usuarios externos. Las variaciones patrimoniales. Las cuentas: concepto. Planes y manuales de cuentas. La partida doble: Fundamentos. Aspectos formales y jurídicos de la documentación respaldatoria. Registros contables: concepto, requisitos formales, jurídicos y tecnológicos. Análisis de operaciones básicas y específicas. Cierre del proceso contable: Ajustes finales típicos. Preparación de informes contables de publicación e informes contables de gestión. Nociones básicas sobre Modelos Contables.

Economía II: Microeconomía

Teoría del consumidor: derivación de las curvas de utilidad y de restricción presupuestaria, canasta óptima de consumo. Teoría de la producción y la empresa: funciones de producción y de costos. Estructuras de mercado y sus equilibrios de corto y largo plazo. Fallas de mercado: bienes públicos, externalidades, información asimétrica. Mecanismos de intervención del Estado. Equilibrio general vs equilibrio parcial. Consideraciones de equidad.

Teoría sociológica

Ilustración y contrailustración, el socialismo utópico, el positivismo social, escuela histórica alemana. Sociedad y conocimiento social en Marx, Weber y Durkheim. Modo de producción, clases sociales, estado e ideología, cambio social. La sociología como ciencia moral, tipos de sociedad y tipos de solidaridad. Tipos de acción social, poder y dominación, sociología del estado, racionalidad y capitalismo.

Actuación Tributaria

La actividad financiera del Estado. Nociones sobre presupuesto, gasto público, inversiones y recursos. Derecho Tributario: introducción al estudio. Imposición sobre las rentas: teoría de la imposición, impuesto argentino a las ganancias. Otras impuestos sobre los ingresos. Imposición sobre los patrimonios: teoría de la imposición, impuestos argentinos patrimoniales sobre las empresas y los individuos. Imposición sobre los consumos: teoría de la imposición, impuesto argentino al valor agregado. Tributación sobre salarios: teoría de la imposición, tributos argentinos sobre salarios. Procedimiento tributario: parte general.

Administración I: Organización y Administración de Empresas

Concepto de organización. Tipología organizacional. La administración como disciplina. La gestión administrativa. La toma de decisiones. Planeamiento estratégico y planeamiento táctico. Elementos del diseño de la organización. La estructura organizativa. Los procesos. El factor humano en la organización. Clima y cultura. Poder y autoridad. Concepto y estilos de liderazgo. Comunicación. Conceptos básicos de administración de recursos humanos. Sistemas de información y control. El proceso de control. Tablero de mando integral.

Introducción al Derecho

El Derecho: Concepto. Principios generales y fuentes. Estado y Constitución. Constitución Nacional. Derechos Civiles y garantías constitucionales. Derechos humanos. Órganos y Poderes del Estado. Regímenes Provinciales y Municipales. Persona como sujeto de derecho.

Hechos y actos jurídicos. Obligaciones. Contratos. Derechos reales. La función pública y el servicio público. Actos administrativos. Contratos Administrativos. Responsabilidad del Estado.

Matemáticas

Funciones. Límite y Continuidad. Cociente incremental y derivada. Optimización. Integración, métodos y aplicaciones. Sistemas lineales - Determinantes. Programación lineal - Método Simplex. Aplicaciones económicas y empresariales.

Estadística

Estadística descriptiva: Los datos y su organización. Medidas estadísticas de posición, de dispersión, de intensidad, índices. Probabilidad: Elementos de la teoría de probabilidad. Variable aleatoria. Inferencia estadística: Distribución de estadísticos muestrales. Teorema central del límite. Problemas fundamentales de la inferencia estadística, estimación por intervalos de confianza y prueba de hipótesis. Determinación del tamaño de una muestra. Elementos básicos de econometría: Análisis de regresión y de correlación. Series de tiempo.

Actuación Laboral

Normativa jurídica en las relaciones laborales. Trabajo autónomo. Trabajo dependiente, actividad privada, empleo público. Principios generales del derecho laboral. La flexibilización. Derecho del trabajo, concepto, sujetos, fuente, garantías constitucionales. Contrato de trabajo. Modalidades de contrato. Obligaciones y deberes de las partes. La remuneración. Jornada de trabajo. Régimen de menores y mujeres. Estatutos especiales. Derecho colectivo de trabajo. Derecho de la seguridad social. Régimen legal de las A.R.T." Aplicación práctica de todos los temas.

Núcleo de Asignaturas Orientadas

Artes y estéticas en la historia de occidente

Presente del arte. Sus problemáticas contemporáneas como punto de partida para construir su historia. Teoría sobre la posthistoria o fin del arte. Posmodernidad. Creación en las condiciones de nuestra cultura y su crisis de valores. Grecia. Arte trágico griego. Arte cristiano de la Edad Media. Renacimiento italiano. Barroco. Clasicismo estético de la Ilustración. Clasicismo estético. El arte como mundo del pasado. El modernismo artístico. La modernidad capitalista del XIX. Las vanguardias. El Impresionismo El Expresionismo: El Futurismo italiano. Las vanguardias de postguerra.

Gestión de servicios de hospitalidad

Concepto de Hospitalidad. Orientaciones básicas en los servicios de Hospitalidad. Roles y competencias. El hotel como empresa de servicios. Organigramas y funciones usuales. Servicios de información al huésped. El trabajo administrativo en Recepción. El departamento de Ama de Llaves. El departamento de Finanzas y Contabilidad. El departamento de Recursos Humanos. El departamento de Ventas. El departamento de Mantenimiento. El departamento de Alimentos y Bebidas. Herramientas contables y estadísticas para administrar Habitaciones y Alimentos y Bebidas. Evaluación de la gestión del departamento de Habitaciones. Evaluación de la gestión de Alimentos y Bebidas. Los Estados de Resultados. Presupuesto Operativo.

Marketing

El Marketing en las organizaciones, los negocios y la sociedad. Valor. Calidad de Servicio al Cliente. Ética. Marketing y Sociedad. Marketing no empresarial. Organización, Planeamiento y Estrategias Competitivas. Conducta de compra del consumidor. Marketing de negocio a negocio. Segmentación, Diferenciación, Posicionamiento. Inteligencia Comercial e investigación de mercado. Producto. Servicio. Logística y Canales de distribución. Comunicaciones Integradas. Publicidad y RRPP. Promoción -Marketing Directo y Ventas Personales. Precios. El mercado global. El Marketing en la era digital.

Relaciones públicas

Conceptos básicos. Perfil del profesional. La función en Relaciones Públicas: la comunicación frente a la opinión pública. La función del ceremonial y precedencias. Las posibilidades de comunicación disponibles. La celeridad en el ceremonial escrito. Las Relaciones Públicas como parte del engranaje de una empresa: su composición, funciones, ventajas y desventajas. Las relaciones frente a los medios de comunicación masiva. Una visión crítica y detallada. Imagen y comunicación. La importancia de planificar en Relaciones Públicas. Etapas de un plan. Las Relaciones Públicas en acción: relación con el público interno y externo, con la comunidad y con la prensa. La responsabilidad en el ejercicio de las Relaciones Públicas.

CICLO DE ESPECIALIZACION

Núcleo de Asignaturas Obligatorias

A continuación se detallan los contenidos mínimos de las asignaturas de estudios básicos obligatorios, en orden alfabético:

Calidad de servicios y satisfacción al cliente

Aportes teóricos a la calidad. Calidad de servicio. La calidad total. Gestión de la calidad. Principios de calidad total. Satisfacción de necesidades y expectativas. Psicología del consumidor. Planificación estratégica de la calidad. Ciclo de servicio. Expectativas del servicio. Calidad como resultado de la eficiencia y la eficacia. Proceso de calidad como estrategia de diferenciación. Evaluación permanente. Herramientas para la recolección de datos. Análisis de resultados, medidas estadísticas básicas. Liderazgo y administración de performance. Las Normas ISO aplicadas a los servicios turísticos y hoteleros. Otras normas de calidad aplicadas a la hotelería y el turismo

Emprendimientos de servicios

Concepto y escala de un emprendimiento. El proceso de emprender. Gestación de la idea del negocio. Pensamiento sistémico. La competitividad desde los valores. La matriz de fuerzas competitivas. La cadena de valor. La segmentación de mercados. La organización jurídica y tributaria. El diseño organizacional. Alternativas de gerenciamiento y toma de decisiones. Implementación de criterios de administración y control adecuados. La administración de recursos humanos. El planeamiento y la presupuestación. La estructura de costos. La estructura comercial. El plan de negocios.

Geografía, espacio y turismo

Espacio, territorio, paisaje y región. Procesos de producción del espacio. Nuevas configuraciones en la organización territorial. Mundialización del espacio geográfico. El espacio turístico. Turismo Litoral e Insular. Turismo de montaña y natural. Turismo rural y urbano. El espacio habitado. Factores de que determinan las variaciones poblacionales. Distribución de la población mundial. El espacio económico. Factores de localización de los fenómenos económicos. La terciarización económica. Procesos productivos y transformaciones territoriales. La apropiación de los recursos y su relación con el turismo. Factores geográficos de la localización turística. Distribución espacial del Turismo. Las grandes regiones de atracción turística. El rol del turismo en las configuraciones territoriales. Análisis de casos latinoamericanos y argentinos: Ecoturismo, Turismo cultural, turismo urbano, turismo de ski.

Metodología de la investigación y estadística descriptiva

Fundamentos conceptuales y epistemológicos de los métodos de investigación. La investigación en las ciencias sociales y de la administración. Lógica y estructura del proceso de investigación. Los diseños de investigación. Dato científico. Conceptos de matriz de datos, variables, unidades de análisis y valores. Tipos de variables. Tipos de diseño investigativo. Tipos de fuentes. Procesos de carga de datos y procesamiento. Técnicas de relevamiento empírico cuantitativas y cualitativas.

Elementos de estadística descriptiva e inferencial. Universo y población. Variables aleatorias. Parámetros estadísticos. Distribuciones de Frecuencia. Cálculo del tamaño muestral. Error muestral y niveles de confianza. La investigación en el campo del turismo y la hotelería.

Organización y gestión de empresas turísticas y hoteleras

Conceptos de organización y gestión y su aplicación en la hotelería y el turismo. Análisis de bases de una óptima gestión turístico-hotelera. Metodologías de planificación, organización y control de la gestión. Herramientas y técnicas para alcanzar los objetivos. Importancia de la evaluación sistemática de resultados para optimizar la gestión turística y hotelera. Áreas integrantes de la actividad y su interacción. Tipología de empresas hoteleras y turísticas. Reconocimiento de datos necesarios del entorno, su capacidad turística, las reglamentaciones vigentes, la realidad económica de base y la demanda potencial existente, para una planificación de un proyecto de establecimiento turístico u hotelero. Definición de organigramas, estructuras básicas de funciones y jerarquías. El gerenciamiento de las empresas de turismo y hotelería. Presupuestos operativos anuales. Significado y utilidad de la administración de demandas. La política de precios.

Planeamiento turístico

Marco global y planeamiento turístico. Planeamiento turístico como sistema integrado. El espacio turístico y el ordenamiento territorial. La importancia del municipio. La integración como estrategia para el crecimiento. Formulación de una política de desarrollo turístico. Planeamiento estratégico para el turismo. Objetivos y horizontes. Ciclos del planeamiento estratégico. La búsqueda de oportunidades de negocios. Planeamiento estratégico y análisis prospectivo. Proyectos sociales y culturales relacionados con la actividad turística. Planes estratégicos como base del desarrollo endógeno. Consideraciones para la formulación de proyectos de desarrollo turístico. Planeamiento, dirección, escenarios futuros.

Problemas turísticos contemporáneos

Definiciones básicas. El abordaje sistémico del turismo. Síntesis histórica y factores de cambio del turismo universal y argentino. Nuevas formas del turismo. Factores que incrementan y/o retraen el turismo. Tendencias del mercado turístico internacional. Turismo, globalización y desarrollo local. La configuración territorial para el desarrollo turístico en Argentina. La seguridad en turismo. Los impactos positivos y negativos culturales, sociales y económicos del turismo. El turismo y el medio ambiente. Impactos ambientales positivos y negativos del turismo. El turismo sustentable. La certificación ambiental en turismo. El ecoturismo. Los objetivos de la política turística. La cooperación entre los sectores público y privado. El diseño de la agenda de gobierno. Los niveles de intervención pública. Los procesos de integración regional y el turismo.

Política y legislación turística y hotelera

Concepto de política. La definición de la política turística. El papel de los gobiernos en el turismo. Nuevos modelos de administración. Competencias, ámbitos y jurisdicciones. Los organismos intergubernamentales del turismo. Las organizaciones privadas turísticas en Argentina. La política consensuada entre los sectores público y privado. Definición de responsabilidades. Concepto de contrato. Clasificación de los contratos. Sociedades. Tipos. Los contratos turísticos. El contrato de hospedaje. El contrato de viaje. La convención Internacional del contrato de viaje. Contrato de transporte. La visión de las directivas de la Unión Europea. El contrato de seguro y de asistencia al viajero. Competencias en materia turística. La normativa en el marco del Mercosur. Normas de turismo en la República Argentina. La regulación de los profesionales en turismo y hotelería.

Servicios de transporte

Elementos del transporte. Infraestructura. Infraestructura de apoyo. Parque móvil. Empresas prestadoras de servicios. Sistemas. Redes. Centros de distribución. Funciones. Modos. Clasificación según la prestación de servicios. Factores que inciden en la competencia y complementariedad de los diferentes modos de transporte. La calidad de los servicios. Costos. Tarifa. Precio. Pasajeros especiales. Estado, territorio y política del transporte. Transporte aéreo, transporte acuático, transporte ferroviario y transporte automotor: evolución histórica, situación actual, trazado de rutas, terminales, empresas, tipos de vehículos, reglamentación nacional e internacional, canales de comercialización. Organismos nacionales e internacionales que incentivan y/o regular el desarrollo de cada modalidad

Sistemas informáticos aplicados al turismo y la hotelería

Las tecnologías de información y comunicación TICs en la estructura tradicional del mercado de viajes y turismo. La re-definición de la comercialización y distribución de los servicios turísticos. El proceso de Integración vertical y horizontal del mercado. Las oportunidades y desafíos de las TICs. La tendencia a la venta directa. Los proveedores de servicios y productos turísticos y las TICs. Los Sistemas Computarizados de Reservas GDS u CRS. Sistemas de gestión de destinos turísticos. Sistemas Informáticos aplicados a la gestión hotelera. Las ventajas del uso de Internet para la evolución del negocio del turismo y la hotelería desde la comunicación hasta la comercialización.

Núcleo de asignaturas Electivas

A continuación se detallan los contenidos mínimos de algunas asignaturas, entre otras, de estudios básicos electivos, en orden alfabético:

Gestión de cocinas industriales

La gestión de cocinas industriales. Estructura de la empresa y requerimientos básicos para su gestión. Mecanismos de relación con el cliente. Formas de decisión respecto del menú. Rol del nutricionista. Análisis del equipamiento e instalaciones. Análisis de los costos intervinientes. Variables que inciden en el precio de venta. Necesidades de stock que requiere la dotación del servicio. La logística de aprovisionamiento entre concesionario y proveedores. Tipología requerida para los proveedores. Cualidades y competencias del personal y las condiciones de capacitación. Modalidades contractuales entre cliente y la empresa proveedora de servicios. Métodos, herramientas y técnicas necesarias para el *take over* de una cocina industrial. Rutinas de control, evaluación y corrección de desvíos de la planificación y costos integrantes del contrato. Análisis de alternativas para la corrección de desvíos.

Gestión de PyMEs

Las PYMES: Definición de PYME: situación del sector PYME en Argentina, Estructura organizativa. Procesos estratégicos: estrategia aplicada a PYMES. Gestión de Marketing: El marketing estratégico y el marketing táctico. Gestión de las operaciones: Gestión y control: Decisiones básicas para la gestión de operaciones. Procesos económicos y financieros: principios económicos y financieros. Gestión a partir de información proyectada.

Higiene, control y manipulación de alimentos

Los alimentos. Las cadenas alimentarias. La contaminación de los alimentos. Las enfermedades transmitidas por los alimentos. Importancia de la higiene y conservación de alimentos. Características implicadas en el término Calidad: psicosensoriales, nutricionales e higiénico-sanitarias. Agentes y mecanismos de deterioro de alimentos. Características físico-químicas de los alimentos; agentes biológicos; condiciones ambientales y tratamientos a los que se someten. La humedad como factor importante de los alimentos. Influencia de las condiciones ambientales en el crecimiento de microorganismos y la conservación de alimentos. Identificación de los distintos métodos de preparación, conservación y almacenamiento de los alimentos. Métodos necesarios para evitar el deterioro y contaminación de los alimentos. Implementación de procedimientos de higiene personal y controles bromatológicos para garantizar al cliente un producto seguro.

Planificación gastronómica

Posibles emprendimientos gastronómicos. Gastronomía rápida y elaborada. Tipos de gastronomía. Estructura de la organización. Inversiones. Franquicias. Tipo y dimensión del negocio. Plancamiento financiero. Costos y presupuestos. Inversión inicial y operativa. El presupuesto. Diseño, el menú y el servicio. La cocina. El salón. Los espacios especiales. Las estrategias de marketing. El control de costos. El plan de producción. Compras y almacenamiento. Control y sistemas de facturación.

Organización de eventos

Antecedentes. Conceptos generales. Definición y clasificación. Panorama mundial y argentino. Tipologías de eventos. Perfil del organizador de eventos. Habilidades y herramientas. Organización. Planificación, fundamentos y principios. Etapas de un plan. Funciones del Comité organizador. Ferias y exposiciones. Oferta de espacios, servicios y

contratos. Congresos y convenciones. Estructura, definiciones, tipos, clasificación y objetivos. El pre congreso. Coordinación operativa. Organización financiera. Negociaciones. Elaboración del cronograma. Selección del temario y ponentes. Programa social, técnico, académico, científico y turístico. Comunicaciones con los públicos. Inscripciones. Desarrollo del congreso. Clausura. El post evento. Evaluación de resultados. Eventos y turismo. El protocolo.

Planificación y control presupuestario

Etapas de la planificación. Importancia de su empleo. Identificar los elementos que componen la planificación. Distinguir los tipos de presupuestos aplicables a las diversas situaciones a estudiar. Conocer las fuentes de información que se utilizará para la obtención de datos. Manejar las variables que conforman los presupuestos. Crear escenarios optimistas, pesimistas e intermedios para los ejemplos estudiados. Aprender a medir la realidad en base a datos ciertos. Analizar los desvíos que se puedan producir en los presupuestos. Aprender a analizar las alternativas para la corrección de desvíos.

Evaluación de proyectos de inversión

El estudio de proyectos de inversión. Las necesidades y los proyectos de inversión. Teoría de la planificación. El papel del gobierno en la planificación del desarrollo. El proceso de preparación y evaluación de proyectos. Alcances del estudio de proyectos. El estudio del proyecto como proceso. El mercado. El estudio técnico. La organización. El estudio financiero. Técnicas de evaluación. Análisis de riesgos. Estudios complementarios.

Matemática financiera

Regímenes financieros de interés simple y compuesto. Rentas; temporales y perpetuas, constantes y variables (de progresión aritmética y geométrica), inmediatas y diferidas, vencidas y adelantadas, enteras y fraccionadas. Sistemas de Préstamos; amortizables mediante pago único, pago único con pago periódico de intereses, Sistema Francés, Alemán y Americano. Tasa efectiva prestamista y Costo Financiero Total (tasas fijas y variables). Valuación de bonos y obligaciones. Valuación de proyectos de inversión; Payback, Tasa Contable de Ganancia, Plazo de recupero ajustado, VAN, TIR, TIRM, índice de rentabilidad.

Dirección estratégica

Naturaleza de la dirección estratégica. Que es la dirección estratégica. Acerca del proceso estratégico. Poder y política en las organizaciones. El liderazgo organizacional. Administración de conflictos. El proceso estratégico. Definición del rumbo. El diagnóstico estratégico. Identificación y selección de la estrategia. Alcances del concepto de estrategia. Estrategias de negocio. La estrategia corporativa. Estrategias globales. Naturaleza de la implantación de la estrategia. Distribución de recursos. Estructura y estrategia. Gestión del cambio. Control y revisión de la estrategia. Introducción al pensamiento ético. El marco ético de las organizaciones. La responsabilidad social. Hacia una dirección ética.

Estado, sociedad y economía en la Argentina

La crisis del 1929 y sus efectos en el deterioro de la economía agroexportadora. El Estado intervencionista. La industrialización por sustitución de importaciones. El Estado planificador y benefactor peronista. La "Revolución Libertadora" y el "empate" argentino. El Estado Burocrático Autoritario. El retorno del populismo. El "Proceso de Reorganización Nacional". La crisis de la deuda externa. Dilemas del alfonsinismo: el ajuste económico heterodoxo y la

política de derechos humanos/cuestión militar. Concentración económica y problemas estructurales: la hiperinflación. El Plan de Convertibilidad y las privatizaciones: consecuencias sociales y económicas.

Dirección de recursos humanos

Gestión Integral de Recursos Humanos: Concepto, objetivos, funciones procesos. Modelos de gestión en las organizaciones laborales. Problemática del empleo y desempleo. Impacto de los aspectos sociales en las Organizaciones. Planeamiento organizacional y planificación estratégica de recursos humanos. Comportamiento organizacional: individuo, grupo, organización. Selección, capacitación y desarrollo. Administración de Personal. Estructura organizacional. Remuneraciones: compensaciones y beneficios. Calidad de vida laboral y CyMat. Relaciones laborales. Legislación vigente.

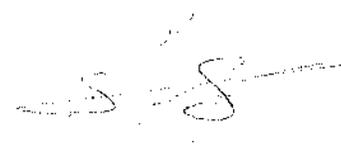
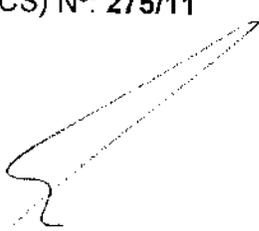
Fundamentos del comercio electrónico

Sociedad, Economía y Tecnologías de la Información. Internet. Presencia en la Web. Comercio Electrónico. Negocios Electrónicos. Modelos de negocios de empresas en la Web. Marketing on-line. Medios de pago electrónicos. Logística de distribución de productos y servicios.

Psicología organizacional

Concepto de Psicología Organizacional. Bases de la conducta del individuo. Valores, actitudes y satisfacción laboral. Personalidad y emociones. Toma de decisiones individuales. Motivación. Conducta de grupo. Comunicación. Liderazgo. Poder y autoridad. Conflicto y negociación. Estructuras organizativas. Políticas de RRHH. Cultura organizacional y cambio.

ANEXO I RESOLUCION (CS) Nº: 275/11



Mg. Alfredo Alfonso
Secretario General
UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

ANEXO II

PLAN DE ESTUDIOS

LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
CICLO DE COMPLEMENTACIÓN

1. Nombre de la carrera

LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERIA (*Ciclo de Licenciatura*)

2. Especificación de la modalidad de la carrera

Modalidad a distancia

3. Años de duración de la carrera

Para obtener la Licenciatura en Turismo y Hotelería se deberán reunir 160 créditos académicos o 1.760 horas. La duración de la carrera de Ciclo de licenciatura se estima en dos y medio (2 1/2) años.

4. Nombre del título a otorgar

Licenciado/a en Turismo y Hotelería.

5. Alcances del título

Los alcances del título de Licenciada/o en Turismo y Hotelería habilitan al egresado a:

- Planificar, gestionar, operar, evaluar y asesorar organizaciones formales del sector público y privado del turismo, la hotelería y otras actividades de servicios afines, bajo la forma de relación de dependencia, emprendimientos propios o mediante consultoría.
- Realizar estudios, diagnósticos e implementar proyectos sobre distintos aspectos de la administración y organización de organizaciones del sector público, empresas de turismo, hotelería u otras actividades de campos profesionales afines a los servicios.
- Realizar investigaciones de carácter académico o profesional; evaluar y ejecutar propuestas y proyectos en el área de su competencia, ejercer la docencia y desempeñarse en los ámbitos de la gestión educativa.

Podrá ejercer su campo profesional en Empresas de turismo, de alojamiento, de transporte, de organización de eventos, de seguros del viajero, de recreación u otras afines; en organismos públicos y privados en el nivel municipal, provincial, nacional o internacional incluyendo los oficiales de turismo, entes autárquicos, Cámaras, Asociaciones, Sociedades Civiles,

Fundaciones, u otras; en consultorías y campos profesionales afines; en instituciones educativas en todos los niveles donde se desarrollen actividades de estudio, investigación, docencia y transferencia en capacitación y consultoría.

6. Perfil del graduado

El objetivo de la propuesta de Ciclo de Licenciatura en Turismo y Hotelería, es formar un profesional universitario proactivo y flexible con una alta capacidad de adaptarse a los permanentes cambios que marcan las tendencias del turismo y la hotelería.

Que posea sólidos conocimientos, capacidades y habilidades generales y técnicas para la organización, administración y operación de empresas turísticas y hoteleras orientadas a la alta calidad; para la realización de diagnósticos, planificación y coordinación de actividades turísticas.

Que impulse el desarrollo de la actividad en relación con el entorno relacionado con un turismo sustentable que tienda a proteger y mejorar los recursos y las oportunidades futuras de su uso, para el desarrollo de nuevos productos turísticos innovadores; la implementación de programas de calidad en empresas y destinos turísticos.

En el ámbito de la Administración pública, el asesoramiento, la formulación e implementación de políticas y legislación turísticas; y el análisis para la gestión de tecnologías apropiadas.

También está formado para desempeñarse en el ámbito académico donde podrá investigar, evaluar y ejecutar propuestas y proyectos en el área de su competencia, ejercer la docencia y desempeñarse en los ámbitos de la gestión educativa.

Tiene conocimientos de:

Las teorías y principios de la organización y administración de empresas aplicados al sector del turismo y la hotelería, y actividades afines a los servicios en general orientados a la alta calidad.

Las teorías y avances en las disciplinas aplicables a los procesos y formas organizativas del servicio del turismo, la hotelería y los servicios en general.

Elementos metodológicos sobre el desarrollo de la aplicación de herramientas en planificación y dirección estratégica.

Elementos para definir políticas de comercialización eficientes.

El desarrollo de ideas y la creación de emprendimientos turísticos y hoteleros.

La selección y gestión de las nuevas tecnologías y su impacto en la estructura en el turismo, la hotelería y los servicios en general.

Las principales características del espacio territorial y su inclusión en los circuitos turísticos.

La formulación de las políticas y las legislaciones turísticas.

Los principios y metodología de la investigación aplicada a las actividades del turismo y la hotelería.

7. Condiciones de ingreso a la carrera

Quienes aspiren a ingresar al ciclo superior de la Licenciatura deben ser:

- Egresados de carreras de nivel terciario de Institutos Terciarios o Universidades, con orientación en turismo, hotelería y carreras afines, con reconocimiento oficial con una duración no menor a dos años y que acrediten 1.300 horas reloj totales de formación.
- Alumnos de la Universidad Nacional de Quilmes que hayan aprobado el Diploma en Economía y Administración y acrediten 30 créditos orientados a la Licenciatura en Administración Hotelera de esa Universidad.

8. Plan de estudios

Estructura curricular

La Licenciatura en Turismo y Hotelería que ofrece el Departamento de Economía y Administración de la Universidad Nacional de Quilmes, mediante la modalidad virtual, ha sido organizada según los siguientes criterios:

Presentar una oferta de calidad académica de reconocido prestigio en el ámbito de los servicios del turismo, la hotelería, y los servicios en general.

Ofrecer a los estudiantes un espacio de formación flexible, que puede ser transitado a distintos ritmos, de acuerdo con los intereses y las posibilidades personales.

Brindar una oferta de asignaturas que permitan la realización de un recorrido formativo y la iniciación en un campo de desarrollo técnico profesional específico.

Acordes con estos criterios, el Plan de Estudios del Ciclo de Licenciatura en Turismo y Hotelería está estructurado para promover el grado de opción del estudiante, quien podrá componer su perfil académico y profesional dentro de un marco que supone una base común de fundamento y asignaturas de corte instrumental.

a) Asignaturas

El Plan de Estudios se estructura sobre la base de dos núcleos de asignaturas.

- 1) *Núcleo de Asignaturas Obligatorias*
- 2) *Núcleo de Asignaturas Electivas*

Núcleo de Asignaturas Obligatorias

El núcleo de asignaturas obligatorias está integrado por las plenamente vinculadas a la especialidad del turismo y/o la hotelería. En este núcleo el alumno debe aprobar 11 (once) asignaturas con un total de 110 (ciento diez) créditos o 1.210 horas.

Núcleo de Asignaturas Electivas

El núcleo de asignaturas electivas tiene por objetivo complementar la formación del estudiante, quien podrá armar su recorrido de acuerdo a sus propios saberes previamente adquiridos y a sus propios intereses. Incluirá una amplia oferta de asignaturas de distintas áreas, pudiendo incluir la oferta de cursos de otras carreras, de los cuales el estudiante deberá escoger un total de 5 (cinco) asignaturas con un total de 50 (cincuenta) créditos o 550 horas.

Requisitos de formación previos para la obtención del título

Se requerirá la aprobación de un examen de suficiencia de lectura y comprensión del idioma inglés técnico, que se considera requisito curricular pero que no otorga créditos académicos. Podrán reconocerse los niveles de inglés aprobados y certificados por otras Universidades, Instituciones Terciarias, Centros de formación del idioma, Instituciones Internacionales, o los que la Universidad decida. En el caso de que el alumno no acredite el requisito del idioma, se le ofrecerán los cursos conducentes al logro de la aprobación.

Las asignaturas que componen los núcleos obligatorios son:

NUCLEO DE ASIGNATURAS OBLIGATORIAS		
11 asignaturas		
Economía y administración en la sociedad de la información	Metodología de la investigación y estadística descriptiva	Planeamiento turístico
Problemas turísticos contemporáneos	Calidad de servicios y satisfacción al cliente	Servicios de transporte
Sistemas informáticos aplicados al turismo y la hotelería	Política y legislación turística y hotelera	Organización y gestión de empresas turísticas y hoteleras

Emprendimientos de servicios	Geografía, espacio y turismo	
NUCLEO DE ASIGNATURAS ELECTIVAS (5 asignaturas)		
Dentro de la oferta de distintas áreas, según se determine en cada oportunidad.		

Requisitos de graduación

Para obtener el título de Licenciado en Turismo y Hotelería se exigirá a los estudiantes haber aprobado todos los cursos y **presentar un trabajo de integración final**. Ese trabajo consiste en una monografía o en un proyecto de práctica profesional realizado sobre una temática seleccionada por el estudiante, vinculado a los estudios de la Licenciatura. El estudiante contará con el acompañamiento de un tutor. La carrera definirá las normas de estilo y una guía para la elaboración y posterior presentación del trabajo final integrador.

Quedarán exceptuados de la presentación del trabajo final integrador los estudiantes que hayan realizado en otras instituciones universitarias o terciarias pasantías, o cursado talleres de práctica profesional y que consten en sus fojas de estudio, así como también quienes cuenten con experiencia laboral certificada afín a la carrera de licenciatura .

b) Asignación horaria semanal y total de cada asignatura

	Modalidad de dictado	Régimen de cursado	Carga horaria semanal (horas-reloj)	Instancias presenciales obligatorias (horas reloj)	Carga horaria total (horas reloj)
Núcleo de Asignaturas Obligatorias 11 asignaturas					
Economía y administración en la sociedad de la información	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Planeamiento turístico	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Problemas turísticos contemporáneos	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Servicios de transporte	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Emprendimientos de servicios	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Metodología de la investigación y estadística descriptiva	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Calidad de servicios y	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110

satisfacción al cliente					
Sistemas informáticos aplicados al turismo y la hotelería	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Política y legislación turística y hotelera	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Organización y gestión de empresas turísticas y hoteleras	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Geografía, espacio y turismo	A distancia	Cuatrimestral	6	14	110
Total	-	-	6	14	110
Núcleo de Asignaturas Electivas 5 asignaturas					
Total Asignaturas	A distancia	Cuatrimestral	30	70	550

c) Régimen de cursado de cada asignatura

El régimen de cursado de cada asignatura se formaliza mediante una oferta estructurada en una agenda académica de períodos cuatrimestrales.

d) Modalidad de dictado de cada asignatura

El dictado es a distancia mediante la modalidad virtual.

e) Asignación horaria total de la carrera:

Núcleos de Estudios	Cantidad de materias	Total horas de acreditación
Núcleo de Asignaturas Obligatorias	11 (once)	1.210
Núcleo de Asignaturas Electivas	5 (cinco)	550
Total	16 (diez y seis)	1.760

El Ciclo de Licenciatura en Turismo y Hotelería acredita un total de 3.060 horas (1.300 hs. correspondientes al requisito de ingreso y 1.760 hs. correspondientes al ciclo)

f) Contenidos mínimos de cada asignatura

A continuación se detallan los contenidos mínimos de las asignaturas de asignaturas básicas obligatorias, en orden alfabético:

Calidad de servicios y satisfacción al cliente

Aportes teóricos a la calidad. Calidad de servicio. La calidad total. Gestión de la calidad. Principios de calidad total. Satisfacción de necesidades y expectativas. Psicología del consumidor. Planificación estratégica de la calidad. Ciclo de servicio. Expectativas del servicio. Calidad como resultado de la eficiencia y la eficacia. Proceso de calidad como estrategia de diferenciación. Evaluación permanente. Herramientas para la recolección de datos. Análisis de resultados, medidas estadísticas básicas. Liderazgo y administración de performance. Las Normas ISO aplicadas a los servicios turísticos y hoteleros. Otras normas de calidad aplicadas a la hotelería y el turismo

Emprendimientos de servicios

Concepto y escala de un emprendimiento. El proceso de emprender. Gestación de la idea del negocio. Pensamiento sistémico. La competitividad desde los valores. La matriz de fuerzas competitivas. La cadena de valor. La segmentación de mercados. La organización jurídica y tributaria. El diseño organizacional. Alternativas de gerenciamiento y toma de decisiones. Implementación de criterios de administración y control adecuados. La administración de recursos humanos. El planeamiento y la presupuestación. La estructura de costos. La estructura comercial. El plan de negocios.

Geografía, espacio y turismo

Espacio, territorio, paisaje y región. Procesos de producción del espacio. Nuevas configuraciones en la organización territorial. Mundialización del espacio geográfico. El espacio turístico. Turismo Litoral e Insular. Turismo de montaña y natural. Turismo rural y urbano. El espacio habitado. Factores de que determinan las variaciones poblacionales. Distribución de la población mundial. El espacio económico. Factores de localización de los fenómenos económicos. La terciarización económica. Procesos productivos y transformaciones territoriales. La apropiación de los recursos y su relación con el turismo. Factores geográficos de la localización turística. Distribución espacial del Turismo. Las grandes regiones de atracción turística. El rol del turismo en las configuraciones territoriales. Análisis de casos latinoamericanos y argentinos: Ecoturismo, Turismo cultural, turismo urbano, turismo de sky.

Metodología de la investigación y estadística descriptiva

Fundamentos conceptuales y epistemológicos de los métodos de investigación. La investigación en las ciencias sociales y de la administración. Lógica y estructura del proceso de investigación. Los diseños de investigación. Dato científico. Conceptos de matriz de datos, variables, unidades de análisis y valores. Tipos de variables. Tipos de diseño investigativo. Tipos de fuentes. Procesos de carga de datos y procesamiento. Técnicas de relevamiento empírico cuantitativas y cualitativas.

Elementos de estadística descriptiva e inferencial. Universo y población. Variables aleatorias. Parámetros estadísticos. Distribuciones de Frecuencia. Cálculo del tamaño muestral. Error muestral y niveles de confianza. La investigación en el campo del turismo y la hotelería.

Economía y administración en la sociedad de la información

Génesis y desarrollo de la revolución tecnológica. Paradigmas tecnoeconómicos. Paradigma informacional. Relación actual entre tecnología, conocimiento y sociedad. Economía de la información. Internet y la nueva economía. Impacto de Internet en los negocios, el turismo y el comercio internacional. TIC, empresa y sociedad. Redes, territorio y competitividad en los



negocios. Innovación, cultura y gestión del trabajo en las empresas.

Organización y gestión de empresas turísticas y hoteleras

Conceptos de organización y gestión y su aplicación en la hotelería y el turismo. Análisis de bases de una óptima gestión turístico-hoteleras. Metodologías de planificación, organización y control de la gestión. Herramientas y técnicas para alcanzar los objetivos. Importancia de la evaluación sistemática de resultados para optimizar la gestión turística y hotelera. Áreas integrantes de la actividad y su interacción. Tipología de empresas hoteleras y turísticas. Reconocimiento de datos necesarios del entorno, su capacidad turística, las reglamentaciones vigentes, la realidad económica de base y la demanda potencial existente, para una planificación de un proyecto de establecimiento turístico u hotelero. Definición de organigramas, estructuras básicas de funciones y jerarquías. El gerenciamiento de las empresas de turismo y hotelería. Presupuestos operativos anuales. Significado y utilidad de la administración de demandas. La política de precios.

Planeamiento turístico

Marco global y planeamiento turístico. Planeamiento turístico como sistema integrado. El espacio turístico y el ordenamiento territorial. La importancia del municipio. La integración como estrategia para el crecimiento. Formulación de una política de desarrollo turístico. Planeamiento estratégico para el turismo. Objetivos y horizontes. Ciclos del planeamiento estratégico. La búsqueda de oportunidades de negocios. Planeamiento estratégico y análisis prospectivo. Proyectos sociales y culturales relacionados con la actividad turística. Planes estratégicos como base del desarrollo endógeno. Consideraciones para la formulación de proyectos de desarrollo turístico. Planeamiento, dirección, escenarios futuros.

Problemas turísticos contemporáneos

Definiciones básicas. El abordaje sistémico del turismo. Síntesis histórica y factores de cambio del turismo universal y argentino. Nuevas formas del turismo. Factores que incrementan y/o retraen el turismo. Tendencias del mercado turístico internacional. Turismo, globalización y desarrollo local. La configuración territorial para el desarrollo turístico en Argentina. La seguridad en turismo. Los impactos positivos y negativos culturales, sociales y económicos del turismo. El turismo y el medio ambiente. Impactos ambientales positivos y negativos del turismo. El turismo sustentable. La certificación ambiental en turismo. El ecoturismo. Los objetivos de la política turística. La cooperación entre los sectores público y privado. El diseño de la agenda de gobierno. Los niveles de intervención pública. Los procesos de integración regional y el turismo

Política y legislación turística y hotelera

Concepto de política. La definición de la política turística. El papel de los gobiernos en el turismo. Nuevos modelos de administración. Competencias, ámbitos y jurisdicciones. Los organismos intergubernamentales del turismo. Las organizaciones privadas turísticas en Argentina. La política consensuada entre los sectores público y privado. Definición de responsabilidades. Concepto de contrato. Clasificación de los contratos. Sociedades. Tipos. Los contratos turísticos. El contrato de hospedaje. El contrato de viaje. La convención Internacional del contrato de viaje. Contrato de transporte. La visión de las directivas de la Unión Europea. El contrato de seguro y de asistencia al viajero. Competencias en materia turística. La normativa en el marco del Mercosur. Normas de turismo en la República Argentina. La regulación de los profesionales en turismo y hotelería.

Servicios de transporte

Elementos del transporte. Infraestructura. Infraestructura de apoyo. Parque móvil. Empresas prestadoras de servicios. Sistemas. Redes. Centros de distribución. Funciones. Modos. Clasificación según la prestación de servicios. Factores que inciden en la competencia y complementariedad de los diferentes modos de transporte. La calidad de los servicios. Costos. Tarifa. Precio. Pasajeros especiales. Estado, territorio y política del transporte. Transporte aéreo, transporte acuático, transporte ferroviario y transporte automotor: evolución histórica, situación actual, trazado de rutas, terminales, empresas, tipos de vehículos, reglamentación nacional e internacional, canales de comercialización. Organismos nacionales e internacionales que incentivan y/o regular el desarrollo de cada modalidad

Sistemas informáticos aplicados al turismo y la hotelería

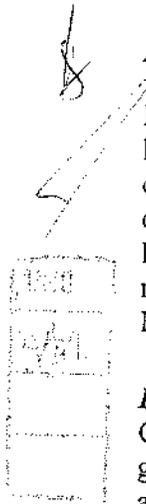
Las tecnologías de información y comunicación TICs en la estructura tradicional del mercado de viajes y turismo. La re-definición de la comercialización y distribución de los servicios turísticos. El proceso de Integración vertical y horizontal del mercado. Las oportunidades y desafíos de las TICs. La tendencia a la venta directa. Los proveedores de servicios y productos turísticos y las TICs. Los Sistemas Computarizados de Reservas GDS u CRS. Sistemas de gestión de destinos turísticos. Sistemas Informáticos aplicados a la gestión hotelera. Las ventajas del uso de Internet para la evolución del negocio del turismo y la hotelería desde la comunicación hasta la comercialización.

A continuación se detallan los contenidos mínimos de algunas asignaturas, entre otras, de estudios electivos:

Administración I: Organización y Administración de Empresas

Concepto de organización. Tipología organizacional. La administración como disciplina. La gestión administrativa. La toma de decisiones. Planeamiento estratégico y planeamiento táctico. Elementos del diseño de la organización. La estructura organizativa. Los procesos. El factor humano en la organización. Clima y cultura. Poder y autoridad. Concepto y estilos de liderazgo. Comunicación. Conceptos básicos de administración de recursos humanos. Sistemas de información y control. El proceso de control. Tablero de mando integral.

Artes y estéticas en la historia de occidente



Presente del arte. Sus problemáticas contemporáneas como punto de partida para construir su historia. Teoría sobre la posthistoria o fin del arte. Posmodernidad. Creación en las condiciones de nuestra cultura y su crisis de valores. Grecia. Arte trágico griego. Arte cristiano de la Edad Media. Renacimiento italiano. Barroco. Clasicismo estético de la Ilustración. Clasicismo estético. El arte como mundo del pasado. El modernismo artístico. La modernidad capitalista del XIX. Las vanguardias. El Impresionismo El Expresionismo: El Futurismo italiano. Las vanguardias de postguerra.

Dirección de recursos humanos

Gestión Integral de Recursos Humanos: Concepto, objetivos, funciones procesos. Modelos de gestión en las organizaciones laborales. Problemática del empleo y desempleo. Impacto de los aspectos sociales en las Organizaciones. Planeamiento organizacional y planificación



estratégica de recursos humanos. Comportamiento organizacional: individuo, grupo, organización. Selección, capacitación y desarrollo. Administración de Personal. Estructura organizacional. Remuneraciones: compensaciones y beneficios. Calidad de vida laboral y CyMat. Relaciones laborales. Legislación vigente.

Dirección estratégica

Naturaleza de la dirección estratégica. Que es la dirección estratégica. Acerca del proceso estratégico. Poder y política en las organizaciones. El liderazgo organizacional. Administración de conflictos. El proceso estratégico. Definición del rumbo. El diagnóstico estratégico. Identificación y selección de la estrategia. Alcances del concepto de estrategia. Estrategias de negocio. La estrategia corporativa. Estrategias globales. Naturaleza de la implantación de la estrategia. Distribución de recursos. Estructura y estrategia. Gestión del cambio. Control y revisión de la estrategia. Introducción al pensamiento ético. El marco ético de las organizaciones. La responsabilidad social. Hacia una dirección ética.

Economía II: Microeconomía

Teoría del consumidor: derivación de las curvas de utilidad y de restricción presupuestaria, canasta óptima de consumo. Teoría de la producción y la empresa: funciones de producción y de costos. Estructuras de mercado y sus equilibrios de corto y largo plazo. Fallas de mercado: bienes públicos, externalidades, información asimétrica. Mecanismos de intervención del Estado. Equilibrio general vs equilibrio parcial. Consideraciones de equidad.

Estado, sociedad y economía en la Argentina

La crisis del 1929 y sus efectos en el deterioro de la economía agroexportadora. El Estado intervencionista. La industrialización por sustitución de importaciones. El Estado planificador y benefactor peronista. La "Revolución Libertadora" y el "empate" argentino. El Estado Burocrático Autoritario. El retorno del populismo. El "Proceso de Reorganización Nacional". La crisis de la deuda externa. Dilemas del alfonsinismo: el ajuste económico heterodoxo y la política de derechos humanos/cuestión militar. Concentración económica y problemas estructurales: la hiperinflación. El Plan de Convertibilidad y las privatizaciones: consecuencias sociales y económicas.

Evaluación de proyectos de inversión

El estudio de proyectos de inversión. Las necesidades y los proyectos de inversión. Teoría de la planificación. El papel del gobierno en la planificación del desarrollo. El proceso de preparación y evaluación de proyectos. Alcances del estudio de proyectos. El estudio del proyecto como proceso. El mercado. El estudio técnico. La organización. El estudio financiero. Técnicas de evaluación. Análisis de riesgos. Estudios complementarios.

Gestión de PyMEs

Las PYMES: Definición de PYME: situación del sector PYME en Argentina, Estructura organizativa. Procesos estratégicos: estrategia aplicada a PYMES. Gestión de Marketing: El marketing estratégico y el marketing táctico. Gestión de las operaciones: Gestión y control: Decisiones básicas para la gestión de operaciones. Procesos económicos y financieros: principios económicos y financieros. Gestión a partir de información proyectada.

Fundamentos del comercio electrónico

Sociedad, Economía y Tecnologías de la Información. Internet. Presencia en la Web. Comercio Electrónico. Negocios Electrónicos. Modelos de negocios de empresas en la Web. Marketing on-line. Medios de pago electrónicos. Logística de distribución de productos y servicios.

Gestión de cocinas industriales

La gestión de cocinas industriales. Estructura de la empresa y requerimientos básicos para su gestión. Mecanismos de relación con el cliente. Formas de decisión respecto del menú. Rol del nutricionista. Análisis del equipamiento e instalaciones. Análisis de los costos intervinientes. Variables que inciden en el precio de venta. Necesidades de stock que requiere la dotación del servicio. La logística de aprovisionamiento entre concesionario y proveedores. Tipología requerida para los proveedores. Cualidades y competencias del personal y las condiciones de capacitación. Modalidades contractuales entre cliente y la empresa proveedora de servicios. Métodos, herramientas y técnicas necesarias para el *take over* de una cocina industrial. Rutinas de control, evaluación y corrección de desvíos de la planificación y costos integrantes del contrato. Análisis de alternativas para la corrección de desvíos.

Gestión de servicios de hospitalidad

Concepto de Hospitalidad. Orientaciones básicas en los servicios de Hospitalidad. Roles y competencias. El hotel como empresa de servicios. Organigramas y funciones usuales. Servicios de información al huésped. El trabajo administrativo en Recepción. El departamento de Ama de Llaves. El departamento de Finanzas y Contabilidad. El departamento de Recursos Humanos. El departamento de Ventas. El departamento de Mantenimiento. El departamento de Alimentos y Bebidas. Herramientas contables y estadísticas para administrar Habitaciones y Alimentos y Bebidas. Evaluación de la gestión del departamento de Habitaciones. Evaluación de la gestión de Alimentos y Bebidas. Los Estados de Resultados. Presupuesto Operativo.

Higiene, control y manipulación de alimentos

Los alimentos. Las cadenas alimentarias. La contaminación de los alimentos. Las enfermedades transmitidas por los alimentos. Importancia de la higiene y conservación de alimentos. Características implicadas en el término Calidad: psicosensoriales, nutricionales e higiénico-sanitarias. Agentes y mecanismos de deterioro de alimentos. Características fisico-químicas de los alimentos; agentes biológicos; condiciones ambientales y tratamientos a los que se someten. La humedad como factor importante de los alimentos. Influencia de las condiciones ambientales en el crecimiento de microorganismos y la conservación de alimentos. Identificación de los distintos métodos de preparación, conservación y almacenamiento de los alimentos. Métodos necesarios para evitar el deterioro y contaminación de los alimentos. Implementación de procedimientos de higiene personal y controles bromatológicos para garantizar al cliente un producto seguro.

Actuación Tributaria

La actividad financiera del Estado. Nociones sobre presupuesto, gasto público, inversiones y recursos. Derecho Tributario: introducción al estudio. Imposición sobre las rentas: teoría de la imposición, impuesto argentino a las ganancias. Otros impuestos sobre los ingresos. Imposición sobre los patrimonios: teoría de la imposición, impuestos argentinos patrimoniales sobre las empresas y los individuos. Imposición sobre los consumos: teoría de la imposición,

impuesto argentino al valor agregado. Tributación sobre salarios: teoría de la imposición, tributos argentinos sobre salarios. Procedimiento tributario: parte general.

Marketing

El Marketing en las organizaciones, los negocios y la sociedad. Valor. Calidad de Servicio al Cliente. Ética. Marketing y Sociedad. Marketing no empresarial. Organización, Planeamiento y Estrategias Competitivas. Conducta de compra del consumidor. Marketing de negocio a negocio. Segmentación, Diferenciación, Posicionamiento. Inteligencia Comercial e investigación de mercado. Producto. Servicio. Logística y Canales de distribución. Comunicaciones Integradas. Publicidad y RRPP. Promoción -Marketing Directo y Ventas Personales. Precios. El mercado global. El Marketing en la era digital.

Matemática financiera

Regímenes financieros de interés simple y compuesto. Rentas; temporales y perpetuas, constantes y variables (de progresión aritmética y geométrica), inmediatas y diferidas, vencidas y adelantadas, enteras y fraccionadas. Sistemas de Préstamos; amortizables mediante pago único, pago único con pago periódico de intereses, Sistema Francés, Alemán y Americano. Tasa efectiva prestamista y Costo Financiero Total (tasas fijas y variables). Valuación de bonos y obligaciones. Valuación de proyectos de inversión; Payback, Tasa Contable de Ganancia, Plazo de recupero ajustado, VAN, TIR, TIRM, índice de rentabilidad.

Organización de eventos

Antecedentes. Conceptos generales. Definición y clasificación. Panorama mundial y argentino. Tipologías de eventos. Perfil del organizador de eventos. Habilidades y herramientas. Organización. Planificación, fundamentos y principios. Etapas de un plan. Funciones del Comité organizador. Ferias y exposiciones. Oferta de espacios, servicios y contratos. Congresos y convenciones. Estructura, definiciones, tipos, clasificación y objetivos. El pre congreso. Coordinación operativa. Organización financiera. Negociaciones. Elaboración del cronograma. Selección del temario y ponentes. Programa social, técnico, académico, científico y turístico. Comunicaciones con los públicos. Inscripciones. Desarrollo del congreso. Clausura. El post evento. Evaluación de resultados. Eventos y turismo. El protocolo.

Planificación gastronómica

Posibles emprendimientos gastronómicos. Gastronomía rápida y elaborada. Tipos de gastronomía. Estructura de la organización. Inversiones. Franquicias. Tipo y dimensión del negocio. Planeamiento financiero. Costos y presupuestos. Inversión inicial y operativa. El presupuesto. Diseño, el menú y el servicio. La cocina. El salón. Los espacios especiales. Las estrategias de marketing. El control de costos. El plan de producción. Compras y almacenamiento. Control y sistemas de facturación.

Planificación y control presupuestario

Etapas de la planificación. Importancia de su empleo. Identificar los elementos que componen la planificación. Distinguir los tipos de presupuestos aplicables a las diversas situaciones a estudiar. Conocer las fuentes de información que se utilizará para la obtención de datos. Manejar las variables que conforman los presupuestos. Crear escenarios optimistas, pesimistas e intermedios para los ejemplos estudiados. Aprender a medir la realidad en base a



datos ciertos. Analizar los desvíos que se puedan producir en los presupuestos. Aprender a analizar las alternativas para la corrección de desvíos.

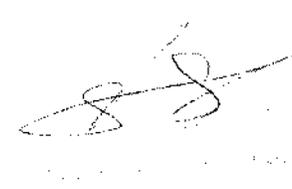
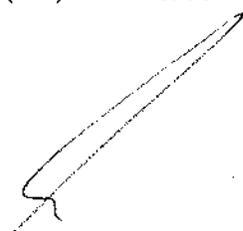
Psicología organizacional

Concepto de Psicología Organizacional. Bases de la conducta del individuo. Valores, actitudes y satisfacción laboral. Personalidad y emociones. Toma de decisiones individuales. Motivación. Conducta de grupo. Comunicación. Liderazgo. Poder y autoridad. Conflicto y negociación. Estructuras organizativas. Políticas de RRHH. Cultura organizacional y cambio.

Relaciones públicas

Conceptos básicos. Perfil del profesional. La función en Relaciones Públicas: la comunicación frente a la opinión pública. La función del ceremonial y precedencias. Las posibilidades de comunicación disponibles. La celeridad en el ceremonial escrito. Las Relaciones Públicas como parte del engranaje de una empresa: su composición, funciones, ventajas y desventajas. Las relaciones frente a los medios de comunicación masiva. Una visión crítica y detallada. Imagen y comunicación. La importancia de planificar en Relaciones Públicas. Etapas de un plan. Las Relaciones Públicas en acción: relación con el público interno y externo, con la comunidad y con la prensa. La responsabilidad en el ejercicio de las Relaciones Públicas.

ANEXO II RESOLUCION (CS) N°: 275/11



Mg. Alfredo Alfonso
Secretario General
UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES