

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE HOTELERÍA, GASTRONOMÍA Y TURISMO

LICENCIATURA EN HOTELERÍA

PLAN DE ESTUDIOS
+
CONTENIDOS MÍNIMOS

**TABLA GENERAL DE ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS Y
OBLIGACIONES ACADÉMICAS
DE LA CARRERA LICENCIATURA EN HOTELERÍA (308)**

TÍTULOS: TECNICO/A EN HOTELERÍA – LICENCIADO/A EN HOTELERÍA

RESOL-2019-2226- APN-MECCYT

Asignatura	Carga Horaria Semanal	Carga Horaria Total	Correlativas	Modalidad de dictado
Primer año				
1. Administración General	6	72	-	Presencial
2. Contabilidad Hotelera y Gastronómica	5	60	-	Presencial
3. Inglés I	6	72	-	Presencial
4. Relaciones Públicas y Comunicación en el Siglo XXI	14	110	-	A distancia
5. Legislación Turística y Hotelera	12	100	-	A distancia
6. Organización Hotelera	4	48	-	Presencial
7. Práctica Profesional I	4	48	06 Org. Hotelera	Presencial
8. Protocolo y Ceremonial	4	48	-	Presencial
9. Metodología de la Investigación	12	100	-	A distancia
Taller de profundización I	2	24		Presencial
Taller de profundización II	2	24		Presencial
OBLIGACIÓN ACADÉMICA	-	-	-	
Prueba de Nivel de Inglés	-	-	-	Presencial
Segundo Año				
10. Costos Aplicados a Hotelería y Gastronomía	6	72	-	Presencial
11. Inglés II	6	72	03 Ingles I	Presencial
12. Gestión de Alimentos y Bebidas	5	60	-	Presencial
13. Estadística aplicada en Hotelería y Turismo	14	86	-	A distancia
14. Sistemas de Información y Tecnología aplicadas a Hotelería	4	48		Presencial
15. Práctica Profesional II	4	48	14 Sist. Información	Presencial
16. Organización Internacional del Turismo	4	48	-	Presencial
17. Principios de Macro y Microeconomía	12	86	-	A distancia
18. Gestión de Calidad en Servicios Hoteleros	4	48		Presencial
Materia Optativa de Formación General (MOFG) 1	2	24	-	Presencial
OBLIGACIÓN ACADÉMICA				
Participación en Jornadas y Congresos	-	-	-	
Tercer Año				
19. Planeamiento Hotelero	4	48		Presencial
20. Habilitación Profesional I	4	48	19 Planeamient o. Hotel.	Presencial
21. Marketing Hotelero	4	48	-	Presencial
22. Inglés III	6	72	11 Ingles II	Presencial
23. Planificación y Organización de Eventos	4	48	-	Presencial
24. Arquitectura y Mantenimiento de	4	48		Presencial

Hoteles				
25. Portugués I	6	72	-	Presencial
26. Gestión del talento en la Hospitalidad	14	86	-	A distancia
27. Ventas y Comercialización	5	60	21 Mark. Hotelero	Presencial
MOFG 2	2	24	-	Presencial
MOFG 3	2	24	-	Presencial
OBLIGACIÓN ACADÉMICA				
Participación en Jornadas y Congresos	-		-	
TÍTULO INTERMEDIO: TÉCNICO/A EN HOTELERÍA Carga Horaria Total 1984 horas				
Cuarto Año				
28. Inglés IV	6	72	22 Ingles III	Presencia
29. Portugués II	6	72	25 Portugués I	Presencia
30. Investigación de Mercados	4	48	-	Presencia
31. Evaluación de Proyectos Hoteleros	4	48	-	Presencia
32. Higiene y manipulación de alimentos	4	48		Presencia
33. Desarrollo Turístico Responsable y Gestión ambiental	4	48		Presencia
34. Habilitación Profesional II	4	48		Presencia
Taller de Trabajo Final de Carrera	2	24	-	Presencia
MOFG 4	2	24	-	Presencia
MOFE 1	4	48	-	Presencial/ distancia
MOFE 2	4	48	-	Presencial/ distancia
OBLIGACIÓN ACADÉMICA				
Participación en Jornadas y Congresos	0	45	-	
Trabajo Social Profesional	0	200	-	
Desarrollo del Trabajo Final de Carrera	0-	200	-	
Prueba de Lecto-comprensión de Inglés	0	-	-	
Defensa del Trabajo Final de Carrera	0	-	-	
TÍTULO: LICENCIADO/A EN HOTELERÍA Carga Horaria Total 2909 horas				

Materias Optativas de Formación Específica MOFE

Asignatura	Horas cátedra semanales	Modalidad
Introducción al mundo de los vinos - Enología	4	Presencia
Tablero de Comando e Indicadores en la Hospitalidad	4	A distancia
Emprendedorismo Gastronómico	4	Presencia
Consultoría de negocios hoteleros	4	Presencia
Marketing Turístico	4	A distancia
Calidad y Seguridad del Servicio Turístico Hotelero	4	A distancia

Contenidos mínimos de las asignaturas:

1er. Año

ADMINISTRACIÓN GENERAL

Características y complejidades de la disciplina en un mundo VICA (volátil, incierto, complejo y ambiguo). Innovación, tipos. Conceptos de efectivo, eficiente y eficaz. Productividad y Sinergia. Evolución de los enfoques de la Administración: Clásico, Humanista, Estructuralista, Neoclásico, Conductista y Sistémico. Las organizaciones: concepto, enfoque y funcionamiento. concepto de red, grafo. Estructura: diseño y manejo. Liderazgo. Comunicación. Trabajo en equipo. Presupuestos: Financiero, Económico y Patrimonial. Toma de Decisiones: Concepto de riesgo incertidumbre y certeza. El Sistema de Información. Tablero de comando. Calidad y Reingeniería.

CONTABILIDAD HOTELERA Y GASTRONÓMICA

Conceptos introductorios. La función y el proceso contable en la organización. Estados contables, su concepción y registración. Estados financieros. Estados de pérdidas y ganancias. Balance de situación. Estado de origen y aplicación de fondos. Ratios y análisis financiero. Estados consolidados. Balances proyectados. Presupuestos y control presupuestario. Métodos de costeo: costo histórico, costos estándares y costos basados en las actividades.

INGLÉS I

Manejo oral y escrito del tiempo Presente (Simple, Continuo y Perfecto) y Pasado (Simple y continuo) en situaciones del lenguaje social, técnico y ocupacional. Lenguaje y vocabulario específico para la realización de juegos de roles en el contexto hotelero gastronómico. Lectura de textos sencillos de promoción de hoteles y restaurantes. Herramientas lingüísticas necesarias para diseñar una presentación powerpoint. Redacción de emails cortos para confirmar reservas.

RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI

Relaciones Públicas. Conceptualización y definiciones. Organización de la RRPP (departamentalización) Plan de RRPP (planificación). Imagen. Tipologías y características. Gestión de Imagen de marca de territorio. Trabajar en las relaciones con los públicos a través de la Comunicación. El fenómeno de la comunicación. Estrategias de comunicación y sus posibilidades concretas. La realidad de las comunicaciones actuales de una empresa. Eventos que comunican. Comunicaciones y públicos. Vocero. Media coaching. Filantropía corporativa. Marketing solidario. Oratoria estratégica. Lobbying. Las nuevas tecnologías: RRPP en Internet y otras aplicaciones tecnológicas al servicio del turismo y la hotelería.

ORGANIZACIÓN HOTELERA

Relación entre Turismo y Hotelería. Historia y evolución de la hotelería en el mundo y en Argentina. El hotel como Organización Empresarial; Micro y Macro Entorno; Criterios de Clasificación. El hotel como Estructura; Organigramas; Estilos de Dirección; Departamentalización y Relaciones Interdepartamentales. La hotelería como Servicio.

LEGISLACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Marco normativo y constitucional de la industria turística y hotelera. Las normas vinculadas con la actividad turística. Las normas vinculadas con la actividad hotelera. Las leyes del trabajo en la actividad turística y hotelera. Normativa y política pública en el turismo. Las convenciones, convenios y acuerdos internacionales en el turismo. Contratos ligados a la actividad turística y hotelera. Nuevos paradigmas en el turismo y la hotelería, respuestas legales. Las normas ambientales y el turismo sustentable. La protección del turista y de los pueblos receptores en la legislación.

PROTOCOLO Y CEREMONIAL

Fundamentos de la cortesía, la etiqueta, el protocolo y el ceremonial. Ámbitos de aplicación y adaptación a la hotelería. La anfitrionía y la presidencia. Las reglas operativas para la gestión del ceremonial y el protocolo. La logística de los símbolos nacionales y organizacionales. La comunicación escrita y sus piezas comunicacionales. La comunicación no verbal y su relación con la etiqueta, el protocolo y el ceremonial. La imagen personal y profesional en la hotelería. Atención a personas con discapacidad, huéspedes VIP y la interculturalidad en la hotelería. La mesa como herramienta de comunicación y negociación. El protocolo y ceremonial en la empresa hotelera gastronómica.

PRÁCTICA PROFESIONAL I

El Ciclo del Huésped. Departamentos operativos en el Hotel: Gerencia de Front Office (Recepción) y Gerencia de Housekeeping (Ama de Llaves). Importancia desde lo administrativo, lo operativo y los RR.HH. Organigramas. Objetivos y descripción de responsabilidades y funciones. Gerencia de Food & Beverages (Alimentos y Bebidas). Departamentos de Servicios: Gerencia de Marketing y Ventas; Gerencia Administrativa; Gerencia de Recursos Humanos; Gerencia de Mantenimiento. Funciones y consideraciones generales.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El conocimiento en las ciencias sociales. Fundamentos conceptuales y epistemológicos de los métodos de investigación. El método y su relación con el conocimiento científico. Los métodos y las técnicas. Lógica, estructura y desarrollo del proceso de investigación. Noción general del proceso de investigación. Acercamiento al significado del dato científico. La estructura del dato científico. Matriz de datos. La cuestión de la pregunta y la medición. Las etapas o fases del desarrollo del proceso de investigación. Tipos de diseño investigativo. Las técnicas de relevamiento empírico. Métodos cualitativos. Métodos cuantitativos. Investigación participativa.

2do. Año

COSTOS APLICADOS A HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

Costos: Concepto. Terminología básica. Elementos del costo. Métodos del costeo: histórico y estándar, variable por absorción, por procesos y por órdenes. Diseños de sistemas de costeo; diferencias según su propósito y el tipo de producción. La relación costo-volumen-utilidades. Costos para la toma de decisiones. Costos sumergidos y costos de oportunidad. Fijación de precios. Informes de costos. La administración y la reducción de los costos basados en las actividades. Costos unitarios, costo del personal, costos de estructura

INGLÉS II

Consolidación de los tiempos verbales presentes y pasados. Voz activa y pasiva. Vocabulario referente al negocio y la industria de la hospitalidad. Condicionales del primer y segundo tipo. Lectura de material auténtico y discusión (Hotelería, Turismo y Gastronomía). Uso de verbos modales. Escritura de informes sobre hoteles y restaurantes y lugares posibles para distintos tipos de turismo. Verbos de sugerencia y persuasión.

GESTIÓN DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Planificación y el control de las operaciones gastronómicas. Estructura y funcionamiento del departamento de alimentos y bebidas. Distintos puestos en el organigrama departamental y sus distintas funciones y responsabilidades. La

gastronomía hotelera. La cocina, instalación y organización. Conocimiento de las mercaderías. Factores que controlan el planeamiento de un menú. Costos y control de costos. El precio. Análisis del menú. Las compras y la producción con respecto al menú.

ESTADÍSTICA APLICADA EN HOTELERÍA Y TURISMO

Estadística descriptiva. Probabilidades. Variables aleatorias. Principales distribuciones. Inferencia estadística. Pruebas de hipótesis. Estimación de parámetros. Muestreo. Regresión y correlación. Series cronológicas. Pronósticos. Números. Índices.

SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y TECNOLOGIA APLICADAS A HOTELERIA

Informática. Tecnologías de información y productividad. Introducción al desarrollo de sistemas en hotelería y en turismo. Los componentes físicos y logísticos de los sistemas informáticos. Los sistemas de información operativos en las empresas. Bases de datos. Redes. El impacto de la tecnología en la hotelería y el turismo. Nuevas tendencias. Aplicaciones.

PRÁCTICA PROFESIONAL II

Asignatura práctica a través del desarrollo de casos y trabajos de campo. Se desarrollarán todas las variables de los Sistemas Informáticos en las empresas hotelero/gastronómicas.

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TURISMO

Introducción a la industria del Turismo. La Historia del uso del tiempo libre del hombre. El derecho al turismo. Turismo como disciplina académica. La teoría de sistemas, el turismo como sistema. El turismo como factor de desarrollo económico, social y político y sus impactos. Disciplinas involucradas en el estudio del turismo. El turismo como sociotecnología. Análisis de la organización internacional del turismo y sus diferentes componentes.

PRINCIPIOS DE MACRO Y MICROECONOMÍA

¿Qué es la economía? Escasez. Modelo de flujo circular y de frontera de posibilidades de producción. Mercados, oferta y demanda. Cambios en la cantidad demandada y en la demanda. Cambios en la cantidad ofrecida y en la oferta. Elasticidad. Comportamiento del consumidor. Excedentes del consumidor y del productor. Teoría de la producción y los costos. Mercados de competencia perfecta. Mercados de competencia monopólica. Oligopolios. Monopolios. Introducción a la macroeconomía. Variables macroeconómicas. Relación entre crecimiento, desempleo e inflación. Ecuación macroeconómica fundamental. Consumo, ahorro e inversión. PBI, PPP, per cápita. Cifras internacionales, PNVA. Dinero. BCRA e inflación. Sector externo, análisis de la balanza de pagos. Tipos de cambio nominal y real. OA, DA y mercado de trabajo. Crecimiento económico en el largo plazo. Ciclos económicos.

GESTIÓN DE CALIDAD EN SERVICIOS HOTELEROS

Calidad: conceptos, características y teorías. Organizaciones referentes en materia de calidad y turismo. La gestión de calidad: enfoque al cliente, gestión por procesos, y mejora continua. Estrategias y herramientas prácticas para la aplicación en las organizaciones hoteleras. La calidad turística y los recursos humanos. Modelos nacionales e internacionales de calidad empleados en la hotelería.

3er. Año

HABILITACIÓN PROFESIONAL I

Consideraciones generales de un plan de negocios y las fases que lo componen: la filosofía del negocio, su descripción comercial y los planes de marketing, management, técnico-operativo y económico-financiero que permitirán evaluar su viabilidad.

PLANEAMIENTO HOTELERO

Innovación y creatividad aplicada a la empresa, el proceso de planificación estratégica teniendo en cuenta la cadena de valor, la filosofía de la organización, el análisis interno y externo a través de distintos métodos, los objetivos estratégicos y la elección de la estrategia. Diseño de programas y presupuestos que permitan y/o faciliten el logro de los objetivos estratégicos propuestos. La Inteligencia de negocios y el tablero de comando como herramienta de monitoreo constante del negocio.

MARKETING HOTELERO

Marketing operativo y estratégico. Plan de marketing. Segmentación, targeting y posicionamiento. Las 4 P. Comportamiento del consumidor. Investigación de mercados. Gestión de la calidad y atención al cliente. Gestión de marcas.

INGLÉS III

Manejo oral y escrito de verbos compuestos (Phrasal Verbs). Verbos seguidos de preposiciones + ing/to, verbos seguidos de ing/to. Oraciones condicionales tipo II y III. Clasificación y uso de conjunciones. Consolidación del uso de Presente Perfecto. Preparación de presentaciones orales sobre temas relacionados con el año de cursada. Lecto-comprensión de textos de Hotelería, Turismo y Gastronomía.

PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

Herramientas para la organización de eventos. Planificación. Programación. Organización. Negociación. Seguridad. Administración. Ceremonial. Ambientación. Contrataciones. Marketing. Aspectos legales. Montajes. Servicios gastronómicos. Políticas. Evaluación.

ARQUITECTURA Y MANTENIMIENTO DE HOTELES

Es el objetivo de la asignatura adentrarse en la problemática que implica el mantenimiento de una unidad hotelera desde la implicancia de su emplazamiento, antigüedad, escala o estilística, También se abordara un recorrido por la historia de los hoteles desde sus inicios hasta las últimas tendencias internacionales.

Para ello se desarrollarán los siguientes contenidos: Breve historia de la hotelería a través de la línea del tiempo. Recientes tendencias del diseño de hoteles. Hoteles de gran, media y pequeña escala. Hoteles boutique. Organigrama conceptual y funcional de un hotel más allá de su escala. Conceptos estructurales: hormigón, acero, madera, mampostería. Estructuras mixtas. Instalaciones; sanitarias, eléctricas, gas, aire acondicionado, mecánicas, telefonía. Instalaciones especiales. Revestimientos y terminaciones. Equipamientos fijos y móviles. Reglamentaciones vigentes para la habilitación del local. Normas de seguridad e higiene. Planilla de locales y presupuesto.

PORTUGUÉS I

El alfabeto. Artículos definidos e indefinidos: definir los sustantivos en masculino y femenino. Pronombres personales, demostrativos, posesivos: formar frases de uso diario. Verbos: tiempos del indicativo – presente, pretérito perfecto, pretérito imperfecto, futuro inmediato. Utilizar los tiempos verbales para ayudar a los huéspedes en su estadía, hacer reservas, indicaciones. Contracciones (conectores): utilización en la formación de frases. Números: aplicados a precios de las estadías, números de habitaciones, teléfonos. Hora: horario de las comidas, de los paseos, shows.

Vocabulario: datos personales para la reserva; formas de pago: tarjeta de crédito, efectivo; direcciones: ayudar a los huéspedes a encontrar los lugares que desea

conocer; comidas del día: desayuno, almuerzo y cena, qué se puede comer; horario de comidas en el hotel; medios de transporte en la ciudad y utilización de transporte público.

GESTIÓN DEL TALENTO EN LA HOSPITALIDAD

La naturaleza compleja del hombre. La motivación humana. El Factor humano como ventaja diferencial y competitiva. Clima y comunicación organizacional. Gestión del Talento: conocimientos, capacidades y compromisos en el mundo de la hospitalidad. Hospitalidad y estrategia de servicio. Perfiles y competencia profesional. La selección del personal y sus procesos.

VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

Ventas. Comportamiento del consumidor en el punto de ventas. Pronóstico de ventas. Ética. Habilidades de los vendedores. Calidad en la atención. Ventas y redes sociales. Capacitación de la fuerza de ventas.

4TO. Año

INGLÉS IV

Manejo oral y escrito de verbos compuestos (Phrasal Verbs), parte 2. Voz pasiva en todos sus tiempos. Práctica oral y escrita. Discurso indirecto (reported speech) en afirmativo, interrogativo e imperativo. Herramientas para escribir cartas e emails. Herramientas para dar presentaciones orales sobre temas relacionados con este nivel. Confección de resúmenes de textos. Lecto-comprensión de textos de Hotelería, Gastronomía y Turismo.

PORTUGUÉS II

Verbos: subjuntivo: uso del presente y del pasado imperfecto para expresar deseos, sentimientos y pedidos; uso del condicional. – Futuro: expresar actos que se realizarán y uso del condicional.

Uso de los pronombres: cuando utilizar los pronombres antes o después del verbo. Uso de la voz pasiva: indicar que la reserva se realizó. Utilización de los participios adecuados.

Vocabulario: la familia: quiénes se hospedan en el hotel. Cuerpo Humano: en caso de que necesite ayudar a los huéspedes por algún inconveniente o dolor. La ropa: Que ropa usar en el hotel para trabajar. Indicar a los huéspedes dónde comprar cierto tipo de ropa. Turismo: indicar lugares para visitar, explicar cómo llegar, horarios. En el hotel: quiénes trabajan, servicios, tipos de habitación, muebles de la habitación, descripción de una habitación para informar a los huéspedes.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La investigación de mercados como proceso. Propuesta de estudio. Proyecto de investigación. Investigación Cualitativa y Cuantitativa. Planeamiento y Ejecución. Fuentes de datos. Información secundaria. Muestreo. Medición y causalidad; proceso de medición; medición de actitudes; diseños causales. Obtención de información de los encuestados. Procesamiento de datos. Análisis univariado, bivariado y multivariado de información. Informe Final. Investigación sobre: conceptos, marcas, productos, servicios y nivel de satisfacción.

EVALUACION DE PROYECTOS HOTELEROS

Estudio y análisis de inversiones en proyectos y emprendimientos. Viabilidad y etapas. Localización. Recolección y consistencia de datos. Formulación y elaboración de proyectos. Técnicas de proyecciones económicas y financieras. Tamaño de inversión. Metodologías de evaluación a partir del flujo de fondos. Alineamiento de la inversión

proyectada. Políticas organizacionales para invertir y plan de negocios. Riesgo y sensibilidad. Valoración social y económica. Rentabilidad comercial y nacional.

HIGIENE Y MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS

Las causas y la prevención en la contaminación de alimentos. Problemas específicos en la industria hotelera y gastronómica. Higiene personal. Higiene de utensilios y herramientas en gastronomía. Higiene de los locales de preparación de comidas. Conocimientos básicos de biología. Fisiología de los microorganismos. Las enfermedades de transmisión alimentaria ETA. Instalaciones de la cocina. Recepción y conservación de los alimentos. POES. Método general para el manejo integral de plagas (MIP) HACCP.

DESARROLLO TURÍSTICO RESPONSABLE Y GESTIÓN AMBIENTAL

El ambiente como tema complejo. Su dimensión natural y cultural. La política ambiental. La situación ambiental planetaria. La naturaleza y su conservación como fuente de recursos turísticos. Origen e institucionalización de las áreas protegidas en Argentina. Criterios de valorización. Ordenamiento ecológico del territorio. La gestión de la sostenibilidad. Desarrollo turístico sostenible.

HABILITACIÓN PROFESIONAL II

Desarrollo y aplicación práctica de la forma de gerenciar, desde una perspectiva integral y sistémica. La organización hotelera como una unidad de negocio integrada. Metodologías. El Management como herramienta de gestión profesional, su aplicación y orientación, direccionado a potenciar desempeños individuales y grupales en el ámbito laboral. Desarrollo de juicio crítico acerca de las teorías y tendencias de Management analizadas durante la carrera. Técnicas de gerenciamiento y conducción de personas: Coaching, Negociación, Conducción de Reuniones, Resolución de Problemas y Toma de Decisiones, etc. La visión y el pensamiento sistémico, con eje en el desarrollo de las personas como ventaja competitiva. Los indicadores de desempeño de los equipos de trabajo, y su relación con el cumplimiento de los objetivos estratégicos del Hotel.

TALLER DE TRABAJO FINAL DE CARRERA

El tema de investigación. Su inscripción en el campo disciplinar. Factibilidad del proyecto. Su justificación y fundamentación. Criterios de relevancia. El estado del tratamiento del tema en el campo disciplinar. Búsqueda bibliográfica. Acceso a las bases de datos. Citas y referencias bibliográficas. Planteamiento de la hipótesis o del problema. Problemas predominantes, preguntas realizadas, métodos, técnicas y fuentes utilizadas. Identificación del marco teórico. Diseño de la investigación. Elaboración del proyecto de tesina

Materias Optativas de Formación General (MOFG)

OPTATIVA GENERAL I

FRANCES I

Contenidos comunicativos: Presentarse: poder hablar sobre la actividad que desempeña dentro del ámbito laboral del hotel. Proporcionar datos sobre sí mismo y sobre el personal hotelero. Reservar una habitación: personalmente, por teléfono, por mail. Confirmar o cancelar una reserva. Completar una ficha de reserva.

Contenidos gramaticales: verbos de uso frecuente en presente del indicativo. Artículos definidos e indefinidos. La frase negativa. La interrogación. Los adjetivos posesivos. Los números ordinales y cardinales.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA

Los sistemas sociales y la comunicación: Teorías sobre la comunicación masiva. Estructura de los medios de comunicación masiva. Legislación y control. Naturaleza de la opinión pública. Elementos que inciden en la diversidad de opiniones. Teorías sobre opinión pública.

OPTATIVA GENERAL II

FRANCES II

Contenidos comunicativos: La recepción: recibir y dar la bienvenida a un cliente o a un grupo de clientes. Instalar al cliente en su habitación. Describir el confort de la habitación y de las instalaciones. Mensajes de bienvenida. Productos de higiene provistos por el hotel.

Contenidos gramaticales: los adjetivos demostrativos. Más verbos de uso frecuente en presente del indicativo. El futuro próximo. Las preposiciones y adverbios de lugar.

ÉTICA

El hombre y sus valores éticos. Necesidad de la reflexión sobre la cuestión moral: modernidad, postmodernidad. Presupuestos éticos. Moral pública y moral privada. Problemas morales en la actualidad: el valor de la vida, el aborto, la corrupción, los derechos humanos, etc. El hombre frente a las adicciones, a la tecnificación y al economicismo, como formas de vida. El problema de la diferencia: la discriminación. La vigencia de los valores éticos en el ámbito de las estructuras sociales, políticas, técnicas, educativas, etc. Ética, cultura y productividad.

OPTATIVA GENERAL III

FRANCES III

Contenidos comunicativos: La recepción en el restaurant: instalar al cliente en la mesa asignada. Presentarle la carta. Describir un plato. Tomar el pedido.

Tomar el pedido para una habitación. Informar sobre las atracciones locales: presentar los lugares de interés e indicar el itinerario para llegar a destino.

Contenidos gramaticales: los artículos partitivos y los alimentos. Las cantidades determinadas e indeterminadas. El pasado compuesto. El imperativo presente.

MOVIMIENTOS SOCIALES Y POLÍTICOS DEL SIGLO XX

La situación política y social del siglo XX. Movimientos sociales y políticos según su aparición histórica y/o posible simultaneidad. Fenómenos políticos más destacados: comunismo, fascismo, nazismo, movimientos del Tercer Mundo de los años 50 y 60 y su multiplicidad de actores. Comunismo Maoista, movimientos de liberación de la India, Egipto, Yugoslavia y los populismos de América Latina. La caída del comunismo y la revolución conservadora de los 80 y 90.

OPTATIVA GENERAL IV

FRANCES IV

Contenidos comunicativos: Reclamos: atender los reclamos de los clientes (en la recepción, en el restaurant). Responder a un mail de reclamo. La salida del cliente: preparar los trámites del check-out. Presentar la factura. Mantener el contacto.

Contenidos gramaticales: el imperfecto del indicativo y el pasado compuesto. Algunos conectores lógicos. La expresión del tiempo.

DEFENSA DEL CONSUMIDOR

El derecho del consumidor. Teoría general del contrato. Antecedentes. Ley de lealtad comercial. Ley de defensa del consumidor. Procedimiento administrativo. Sistema nacional de arbitraje. Organizaciones de defensa del consumidor. Entes reguladores.

Materias Optativas de Formación Específica (MOFE)

INTRODUCCIÓN AL MUNDO DE LOS VINOS - ENOLOGÍA

Aspectos fundamentales del proceso de vinificación. Tipos de vinos. Uvas. Factores que intervienen en su calidad. El proceso de degustación. Vinos del mundo. Vinos argentinos. Destilados y fermentados. Servicio, relación entre bebidas alcohólicas y las comidas.

TABLERO DE COMANDO E INDICADORES EN LA HOSPITALIDAD

Las características del tablero de comando. Las cuatro perspectivas. La importancia de las mediciones. La estrategia en acción. Los temas y objetivos estratégicos. El mapa estratégico. Los vectores estratégicos. Arquitectura de indicadores. Las iniciativas. Métodos de desarrollo e implantación en la Industria de la Hospitalidad.

CALIDAD Y SEGURIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO HOTELERO

Calidad. El concepto de calidad: origen y evolución. Calidad en los servicios turísticos. El concepto del valor agregado y la cadena de valor. Sistema Argentino de Calidad Turística – SACT. Gestión por procesos. El ciclo PDCA. Clúster o club de exclusividad. El control de la calidad. Diseño y desarrollo. Calidad y Recursos Humanos. Costos de calidad. El rol del responsable de calidad Introducción a la normalización. Modelos de calidad. Norma IRAM SECTUR para alojamientos turísticos, norma ISO 9001 y norma 9.900. Responsabilidad social empresaria. ISO 26.000. Gestión de riesgos. Gestión ambiental. Organismos de competencia en temas de calidad. El proceso de la implementación de un sistema de gestión de calidad. Calidad como medio de sostener la seguridad del pasajero. Seguridad Turística. Seguridad en el destino. Seguridad en la empresa. Derecho al turismo.

CONSULTORIA DE NEGOCIOS HOTELEROS

Preparación inicial. Primeros contactos con el cliente, diagnostico preliminar, planear el cometido, propuesta de tareas, contrato. Diagnostico: descubrir los hechos, análisis y síntesis, examen detallado del problema. Planificación de medidas (Plan de acción): elaborar soluciones, evaluar opciones, propuestas al cliente, planear la aplicación de medidas. Aplicación (implementación): contribución a la aplicación, propuesta de ajustes, capacitación. Terminación: evaluación, informe final, establecer compromisos, planes de seguimiento y retirada.

MARKETING TURISTICO

Particularidades del Marketing de servicios. Hacia un Marketing Turístico Integral: competitividad, innovación y creatividad. Planificación estratégica del marketing de servicios turísticos. La investigación de mercado y el conocimiento de los nuevos segmentos de mercado. Posicionamiento y globalización. La mezcla del marketing de servicios turísticos y el desafío frente a los cambios y tendencias del Siglo XXI. La información y comunicación como factores claves de diferenciación y competitividad. Fidelización.

EMPRENDEDORISMO GASTRONÓMICO

El emprendedor. Espíritu y habilidades, Creatividad. Ideas y paradigmas. Toma de decisiones. Riesgos y oportunidades. Misión y Visión. Análisis del entorno. Plan de negocios. Planificar el crecimiento. Habilidades de liderazgo