



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
Facultad de Ciencias Económicas

Departamento de Administración

Asignatura: **ADMINISTRACIÓN DEL TURISMO**

Código: 732

Plan "1997"

Cátedra: Profesor Asociado Interino Norberto ROSMARIN

Carrera: Contador Público y Licenciado en Administración

**Aprobado por Res. Cons. Directivo
(F.C.E.)**

Nro. : 2051/11

En caso de contradicción entre las normas previstas en la publicación y las dictadas con carácter general por la Universidad o por la Facultad, prevalecerán éstas últimas.



Universidad de Buenos Aires Facultad de Ciencias Económicas

Departamento de Administración

Carrera: Contador Público y Licenciado en Administración

Plan de Estudios: Materia optativa dentro del Ciclo Profesional

Asignatura: Administración de Turismo

Código: 732

Profesor Asociado

a Cargo de la Cátedra: Dr. C.P. Rosmarin Norberto

Profesores Adjuntos:

- Dr. C.P. y L.A. Przybylski Alejandro
- Dr. C.P. Rosmarin Norberto

1. ENCUADRE GENERAL

1.1. Contenidos Mínimos

Características esenciales de la actividad turística. Análisis del Mercado; estructura de la Oferta y peculiaridades de la Demanda. Organización de las empresas del sector, Herramientas y Gestión del negocio. Marco Legal. Economía, Psicología y Sociología del turismo. Marketing de servicios turísticos. Tecnologías de Información y Comunicación. Calidad. Sistema contable e impositivo. Campo de aplicación profesional de las distintas actividades relacionadas con el turismo.

1.2. Razones que justifican la inclusión de la asignatura dentro del plan de estudio. Su importancia en la formación profesional

La creciente importancia del turismo en el desarrollo económico de nuestro país y del mundo genera una gran demanda por parte de los organismos públicos, institucionales y privados, de profesionales con capacidades relacionadas con la formación en ciencias económicas, tales como administración, organización, economía, gestión, dirección, sistemas y marketing, entre otras. El propósito de la asignatura radica, entonces, en que el alumno alcance un razonable nivel de conocimiento, comprensión de la actividad y dominio de la gestión del Turismo.

1.3. Ubicación de la asignatura en el currículum y requisitos para su estudio.

Ciclo Profesional – 2º tramo de la Carrera de Contador y la Licenciatura en Administración. Como materia optativa

1.4. Objetivos del aprendizaje (Misión de la asignatura)

- Orientar el estudio hacia el enfoque de la Administración de Empresas del Sector contemplando las peculiaridades de los diferentes niveles que las conforman.
- Entender el Turismo con un criterio amplio, que abarque la operación de los distintos actores y, que a su vez, se extienda a los servicios y las actividades económicas primarias por su significativo efecto multiplicador en la economía.
- Balanceo teórico-práctico del aprendizaje
- Orientación al futuro, aunque sin omitir el estudio de la realidad actual
- Estudio del Turismo en el contexto nacional y mundial, tal como la globalización de hoy impone.

2. PROGRAMA ANALÍTICO

UNIDAD TEMATICA N° 1. Introducción al Turismo.

Objetivos del aprendizaje:

Entender el Turismo con un criterio amplio, que abarque la operatoria de los distintos actores, incluyendo a los servicios y las actividades económicas primarias.

Temas a desarrollar:

- Concepto y definiciones de turismo.
- El sistema turístico, sus componentes, estructura, cadenas de valor, canales de distribución y funcionamiento.
- Formas del Turismo, clasificaciones.
- Terminología básica.

UNIDAD TEMATICA Nº 2. Elementos que integran al Sistema Turístico.

Objetivos del aprendizaje:

Que el alumno reconozca las fases y los actores intervinientes en el Sistema Turístico en general.

Temas a desarrollar:

- Clasificación y análisis de las características de los diferentes actores que intervienen en el mercado turístico: compañías de transporte (terrestre, aéreo, acuáticos, etc.), de alojamiento (hoteleros, extra hoteleros), distribuidores (agencias de viajes, operadores mayoristas , representaciones, otras), Gastronómicas (restaurantes, bares), de esparcimiento (culturales, deportivos, parques de recreación, temáticos, etc.), Servicios Complementarios (seguros de asistencia, alquiler de vehículos, organizadores de eventos Guías, etc.), otros.
- Forma de operar.
- Concepto de reservas.
- Conceptualización de los servicios de intermediación.

UNIDAD TEMATICA Nº 3. Organización y Gestión.

Objetivos del aprendizaje:

Que el alumno sea capaz de implementar el planeamiento estratégico de los recursos a través del desarrollo de Sistemas de Gestión.

Temas a desarrollar:

- Desarrollo de los principales aspectos organizativos y del sistema de gestión de acuerdo al tipo de actividad desarrollada.
- Áreas claves de gestión (Planeamiento, Abastecimiento, Operaciones, Comercial, Finanzas, Recursos Humanos, Administración, Mantenimiento).

UNIDAD TEMATICA Nº 4. Marco Legal.

Objetivos del aprendizaje:

Que el estudiante sea capaz de identificar problemas, encontrar soluciones e implementarlas a través del conocimiento de la normativa y del análisis de sus propios procesos.

Temas a desarrollar:

- Legislación aplicable internacional, nacional, provincial y municipal.
- Derecho aeronáutico.
- Organismos de contralor. Habilitaciones. Categorizaciones.
- Defensa de la competencia y del consumidor.
- Organización del Sector Público y Privado.

UNIDAD TEMATICA Nº 5. Economía, Psicología y Sociología del Turismo.

Objetivos del aprendizaje.

Que el alumno pueda estudiar el fenómeno del Turismo en cuanto a sus tendencias macroeconómicas en el contexto nacional y mundial, tal como la globalización de hoy impone.

Temas a desarrollar:

- El viajero. Importancia del turismo como motor del crecimiento económico.
- Influencia y relaciones con otras actividades. El sector externo y la actividad turística.
- Sistemas cuantitativos del fenómeno turístico.
- Seguridad y Salud. Impacto socio-económico del turismo.

UNIDAD TEMATICA Nº 6. Marketing de servicios turísticos.

Objetivo del aprendizaje:

Que el estudiante sea capaz de calificar al mercado, definir la tendencia, desarrollar nuevos productos y ampliar las ventajas competitivas de la empresa.

Temas a desarrollar:

- Diferentes enfoques del marketing y su aplicación al turismo: perspectivas de la oferta y de la demanda.
- Marketing global, sistémico y vincular.
- Estrategias integradas de marketing: a) Productos: atractivos, recursos, motivaciones, actividades. Productos actuales y potenciales; complementarios y sustitutos. b) Logística: canales de comunicación, comercialización y prestación. c) Impulsión: desarrollo de marcas, publicidad (mensajes, promesas y medios); promoción, venta directa; RRPP, Marketing Directo. d) Precios: descuentos, financiación, tarifas. Relación precio y valor.
- Posicionamiento de un destino, empresa o marca. Segmentación: criterios para definir el público objetivo; tipología y comportamiento de los usuarios. Investigación de mercado: fuentes de información.
- El Potencial de la Internet y de las redes sociales para el desarrollo de estrategias y acciones de marketing.
- Pautas para el armado del plan de marketing.

UNIDAD TEMATICA Nº 7. El negocio turístico

Objetivos del aprendizaje:

Que el alumno desarrolle habilidades para crear valor a fin de que la actividad llevada a cabo por la empresa sea socialmente responsable, ética y competitiva.

Temas a desarrollar:

- Peculiaridades, tendencias, potencialidades, oportunidades y amenazas.
- Factores clave de éxito y de riesgo.
- Relaciones entre los distintos integrantes de la cadena de prestación, comercialización y consumo.
- La "visión" y el "concepto empresarial"; Análisis de la misión: definición del negocio principal y complementarios.
- Estrategias sustentables, diferenciales y competitivas para el negocio "real" (tradicional) y el "virtual" (Internet).
- El plan de negocios. Efectos de la globalización. Las alianzas y los sistemas integrados para competir.
- La ética en las organizaciones turísticas

UNIDAD TEMATICA Nº 8. Tecnologías de Información y comunicación.

Objetivos del aprendizaje.

Que el alumno esté en condiciones de evaluar las nuevas tecnologías de información y comunicación aplicables a la actividad del turismo.

Temas a desarrollar:

- Ámbitos de aplicación en el sector turístico: sistemas globales de distribución, sistemas de reservas, Sistemas de información de gestión hotelera, Sistemas de información de gestión de agencias de viajes y operadores mayoristas
- Características y funcionalidades principales.
- Impacto de las TICs en el negocio turístico.

UNIDAD TEMATICA Nº 9. Calidad.

Objetivos del aprendizaje:

Que los alumnos se informen sobre las normas obligatorias u optativas aplicables a los productos / servicios y a los sistemas de gestión de las empresas.

Temas a desarrollar:

- Conceptos y cultura de calidad. Déficit de calidad. Costos de la no calidad.
- Normas y certificaciones aplicables a los distintos integrantes de la cadena de valor que constituyen el sector turístico.

UNIDAD TEMATICA Nº 10. Sistema Contable e Impositivo.

Objetivos del aprendizaje:

Conocimiento específico de la aplicación de las normas y técnicas aplicables a la actividad. Registros según los distintos actores (prestadores, intermediarios, etc.)

Temas a desarrollar:

- Sistema de información contable (interpretación y uso de estados contables).
- Sistemas de costeo aplicables.
- Incidencia impositiva en la actividad turística. Impuestos Nacionales y Provinciales aplicables.

3. BIBLIOGRAFÍA

3.1. BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

- Kotler, P. y Otros: " MARKETING PARA TURISMO". Editorial PEARSON EDUCACION. (2004)

3.2. BIBLIOGRAFIA AMPLIATORIA

- Chias, J.: "EL MERCADO TODAVIA SON PERSONAS. El Marketing de las empresas de servicios". McGraw Hill. (1999)
- Eiglier, P.; Langeard, E.: "SERVUCCION. El Marketing de Servicios". McGraw Hill. (1989)
- Ries, A.; Trout, J. "POSICIONAMIENTO". McGraw Hill. (2003)
- Trout, J. "EL NUEVO POSICIONAMIENTO". Mc Graw Hill (2004)
- Wilensky, A. L.: "MARKETING ESTRATEGICO". TEMAS GRUPO EDITORIAL (2006)
- Wilensky, A.: "POLITICA DE NEGOCIOS. Estrategias de marketing para mercados competitivos". Macchi. (2003)
- Trout, Jack: "DIFERENCIARSE O MORIR". Mc Graw Hill (2001)
- Laudon & Laudon. SISTEMAS DE INFORMACIÓN GERENCIAL. Prentice Hall. (2004)
- Folchi y Cosentino. DERECHO AERONAUTICO Y TRANSPORTE AEREO. Astrea. (1977)
- BOULLON, R.: CALIDAD TURISTICA EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA. Librerías Turísticas. (2003)
- Laza Muñoz, P; Hermandis Bernal, L.: GESTION ECONOMICO - ADMINISTRATIVA EN AGENCIAS DE VIAJES. Paraninfo. (2005)
- Przybylski, A.: "MARKETING DE SERVICIOS TURISTICOS". Ediciones Surpass. (1995). (Agotado – Contenidos aportados por la cátedra).
- OMT: " LOS EFECTOS SOCIALES DEL TURISMO "
- OMT: "CUENTA SATÉLITE DE TURISMO (CST) UN PROYECTO EN DESARROLLO"
- OMT: "CONCEPTOS DEFINICIONES Y CLASIFICACIONES DE LAS ESTADÍSTICAS DE TURISMO"
- Figuerola Palomo, M.: "ELEMENTOS PARA EL ESTUDIO DE LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA TURÍSTICA". Síntesis (1990)
- Chan, Nélida: "CIRCUITOS TURÍSTICOS. PROGRAMACIÓN Y COTIZACIÓN 3ª EDICIÓN". Editorial Turísticas Librerías (2005)
- Capece, Gustavo. "POLITICA TURISTICA"

- Bolonini Luisa y Capece Gustavo. "Federación, misión imposible. Del turismo espontáneo al planeamiento estratégico
- MINISTERIO DE TURISMO. Plan Estratégico Federal de Turismo Sustentable
- Amadassi (compilador) Política Turística Argentina.
- IRAM "Recomendaciones para la implantación de la norma ISO 9001-2000 en el sector turístico Norma IRAM 30.400
- Norma H. Iacomucci y Alberto E. Royon: "Costeo del Menú en Gastronomía Análisis y Gestión" Ed. Osmar D. Buyatti
- Ana María Petti y Diana L. Fonseca: "Turismo Contabilidad Aplicada" Ed. Osmar D. Buyatti
- Andrés Muñoz Machado: "Logística y Turismo" Ed. Diaz de Santos
- R. A. Scaletta, E. M. Gimenez y C. E. Spina: "Tratamiento Impositivo de Turismo" Ed. Osmar D. Buyatti
- Karina M. Barreiro (coordinadora): "Protección Legal del Turista en el Derecho comparado". Ediciones LADEVI
- Karina M. Barreiro: "El Régimen de Defensa del Consumidor en la Actividad Turística" Ediciones LADEVI
- Miriam C. Campastro "Turismo: IVA /Ganancias / Ingresos Brutos" ERREPAR
- Carlos A. Fasiolo Urli (coordinador): "Estrategia y Gestión de Emprendimientos Hoteleros – Cuestiones de Turismo y Hotelería" Ed. Osmar D. Buyatti
- *Normas IRAM – SECTUR y Directrices emitidas por la DIRECCION NACIONAL DE GESTION DE LA CALIDAD TURISTICA*

4. METODOS DE CONDUCCION DEL APRENDIZAJE.

La conducción del aprendizaje estará basada en la conjunción de actividades teóricas y prácticas, donde el docente actuará como orientador para articular el desarrollo teórico con la realidad del sector turístico incentivando la interacción docente-alumno
Se tendrá por propósito fijar y clarificar los conceptos mediante explicaciones, planteo de situaciones problemáticas, desarrollos de casos y trabajos de campo, que permitan al alumno comprender los contenidos previstos en cada una de las unidades temáticas del programa de la materia.

Como actividades complementarias, podrán adicionarse para tema puntuales tareas de monografías.

5. METODOS DE EVALUACION

5.1. Régimen para cursos cuatrimestrales

El alumno deberá aprobar las evaluaciones teóricas prácticas dispuestas dentro del marco de las resoluciones C. D. N° 638/98 y 699/98, cuya modalidad y fechas serán comunicadas a los alumnos como Normas de Cátedra el primer día de clase de cada cuatrimestre.

Aprobar la entrega y exposición del trabajo de campo individual / grupal propuesto durante el cursado de la asignatura.

En caso de no obtener la promoción directa con 7 puntos, de acuerdo a las Resoluciones citadas, deberá además aprobar un examen final teórico práctico.

5.2. Régimen para alumnos libres

Los alumnos que opten por esta alternativa, estarán sujetos a la aprobación de un examen final teórico práctico (oral y/o escrito), a ser tomado en las fechas que fije el calendario lectivo determinado por la facultad.