

RESOLUCIÓN N° 33

VIEDMA, 4 de agosto de 2008

VISTO

La Ley N° 26.330 de creación de la Universidad Nacional de Río Negro (UNRN), para el desarrollo de actividades universitarias en la provincia de Río Negro, la Resolución UNRN N° 10/2008 de Estatuto Provisorio, y la Resolución UNRN N° 4/2008 de áreas disciplinarias y carreras prioritarias a desarrollar en la ciudad de San Carlos de Bariloche,

CONSIDERANDO

Que según lo prescripto por el artículo 49 de la Ley de Educación Superior 24.521, su decreto reglamentario -N° 173/96 (t.o. por Decreto N° 705/97), el Rector Organizador conduce el proceso de formulación del Proyecto Institucional, -que debe someter a consideración del Ministerio de Educación y la CONEAU.

Que por el artículo 3 de la Resolución UNRN N° 4 del 13 de marzo de 2008, se definió como área disciplinaria prioritaria las Ciencias Económicas y de la Administración, y las carreras vinculadas a la Administración, la Hotelería y el Turismo.

Que por lo anterior, es oportuno y conveniente poner en marcha la Licenciatura en Hotelería.

Que se han elaborado los fundamentos y objetivos de la carrera, los alcances del título y el plan de estudios correspondiente.

Que la Cámara de Gastronomía y Hotelería y la Cámara de Turismo de la ciudad de San Carlos de Bariloche se han expresado favorablemente respecto de esta iniciativa.

Que se han celebrado convenios de cooperación académica con la Universidad Nacional de Lanús y con la Universidad Nacional de Quilmes, que han colaborado en el desarrollo de esta carrera y comprometido su cooperación en el futuro.

Que el Rector Organizador tiene las atribuciones conferidas por el artículo 49 de la Ley N° 24.521, en particular las atribuciones propias del cargo y las que normalmente corresponden al Consejo Superior.

Que el Rector Organizador ha consultado a la Comisión Asesora de la UNRN, cuyos miembros se han manifestado de acuerdo con el desarrollo de esta carrera en la Sede Andina, ciudad de San Carlos de Bariloche.

EL RECTOR ORGANIZADOR

DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO

RESUELVE



ARTÍCULO 1º: DETERMINAR el dictado de la Licenciatura en Hotelería en la Sede Andina, ciudad de San Carlos de Bariloche, a partir del año 2009.

ARTÍCULO 2º: APROBAR los fundamentos y objetivos de la carrera de Licenciatura en Hotelería, los alcances del título y el plan de estudios correspondiente, que se adjuntan en el Anexo I.

ARTÍCULO 3º: REALIZAR las acciones necesarias para desarrollar convenios de cooperación académica con universidades argentinas.

ARTÍCULO 4º: INCORPORAR dicho programa de docencia al Proyecto Institucional de la Universidad Nacional de Río Negro.

ARTÍCULO 5º: INFORMAR a la Cámara de Gastronomía y Hotelería y la Cámara de Turismo de la ciudad de San Carlos de Bariloche, a la Secretaría de Políticas Universitarias, a la Universidad Nacional del Comahue, a la Universidad Nacional de Quilmas y a la Universidad Nacional de Lanús, al Ministerio de Turismo de la Provincia de Río Negro, al Ministerio de Educación de la Provincia de Río Negro y a la Legislatura de la Provincia de Río Negro.

ARTÍCULO 6º: REGÍSTRESE, dése a conocer y archívese.



Lic. JUAN CARLOS DEL BELLO
RECTOR ORGANIZADOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE RIO NEGRO

ANEXO
Resolución UNRN N° 33 / 08

Licenciatura en Hotelería

BARILOCHE

1.1. DENOMINACIÓN

Licenciatura en Hotelería

1.2. NOMBRE DEL TÍTULO

Licenciado/a en Hotelería

1.3. CARACTERÍSTICAS DEL TÍTULO

Grado

Título intermedio:

Diplomatura en Administración

1.4. DURACIÓN

Licenciatura: Cuatro años

Diplomatura: Dos años

1.5. UBICACIÓN DE LA CARRERA

Sede Andina, Universidad Nacional de Río Negro

I.3. Duración:

4 años (8 semestres) y 3.008 horas de asistencia obligatoria, que pueden extenderse a 3.328 horas en caso de que el alumno deba asistir a la totalidad de los cursos de Inglés (3 niveles) y de Informática (2 niveles).

Los 4 años de duración de la carrera comprenden dos trayectos: la Diplomatura Universitaria en Turismo y Hotelería y la Licenciatura en Hotelería.

I.4. Ubicación de la carrera:

Departamento de Ciencias Económicas

II. FUNDAMENTACION

II.1 Justificación

Las carreras de Turismo y Hotelería con base en San Carlos de Bariloche, deben tener una orientación clara y definida. Esta ciudad es uno de los Destinos Turísticos más importantes del país. Es además, la ciudad que le otorga carácter turístico a la provincia de Río Negro^{1/}.

San Carlos de Bariloche no sólo es el Centro de Deportes Invernales más relevante del país; sino que además cuenta con una temporada de verano de atracción internacional, es uno de los Destinos preferidos del Turismo de Aventura y de la pesca deportiva, en particular de truchas, y últimamente, está desarrollando una actividad muy destacada vinculada a los Congresos y Convenciones.

Todo esto consolida a esta ciudad como un Destino Turístico Internacional de la mayor importancia, integrante del reducido número de Destinos Internacionales con que cuenta el país: Ciudad de Buenos Aires, Mendoza, Puerto Iguazú, San Carlos de Bariloche y Ushuaia.

Este orden responde además a las tendencias en boga del turismo, vinculadas en primer lugar al turismo urbano, al turismo de naturaleza y al de actividades. En efecto Buenos Aires y Mendoza, ciudades que concentran más del 80% del turismo receptivo del país, responden a la modalidad de turismo urbano que incluye el cultural, de compras, deportivo, etc. Este tipo de turismo constituye en la actualidad la moderna versión del turismo masivo internacional. Se caracteriza por una oferta muy variada, cada una de las cuales pueden constituir el

^{1/} Destinos de la costa, como Las Grutas, se encuentran aún en una etapa incipiente de su desarrollo y su mayor demanda se origina en ciudades como la de General Roca, en el interior de la provincia. Seguramente puede convertirse en un Destino Turístico muy importante y deberá ser tenido en cuenta entre las carreras vinculadas al turismo en la Universidad Nacional de Río Negro.

motivo principal del viaje, pero una vez en Destino los viajeros participan en gran parte de lo que ofrece la ciudad.

En segundo lugar en el turismo moderno figura el turismo vinculado a la naturaleza. En este campo el país cuenta con Iguazú, Bariloche y Ushuaia, y otros destinos con menor desarrollo pero en franco crecimiento como Calafate, Puerto Madryn, etc.

Una universidad que elige para una de sus sedes un Destino Turístico como San Carlos de Bariloche debe responder a las tendencias más modernas, tanto desde el punto de vista de la educación universitaria como de las actividades de su ciudad sede.

En este sentido se propone una orientación económica y administrativa que satisfaga la demanda que genera una actividad tan pujante y sofisticada como la de San Carlos de Bariloche. Ciudad que concentra, con sus más de 20.000 plazas hoteleras, la mayor oferta de la Patagonia.

Esta orientación por otra parte es acorde a las modernas tendencias del mercado interno, marcadas por desarrollos como Tandil, Mar de las Pampas, etc. Por supuesto contrasta con otras formas menores del turismo moderno como el turismo rural o el de estancias, para citar dos formas opuestas del turismo vinculado al campo. Sin embargo, nada impide que un desarrollo del turismo receptivo en base a una oferta sofisticada conviva con las estancias de la zona y hasta con el turismo rural y les aporte infraestructura y servicios. Del mismo modo que, como sucede en la mayoría de los Destinos turísticos desarrollados, hoteles de cinco estrellas conviven con hoteles de menor categoría y con otras formas de alojamiento.

El desafío de formar profesionales capaces de desempeñarse eficientemente en un Destino con estas características es lo que se pretende satisfacer con esta propuesta para la Universidad Nacional de Río Negro.

II.2 El Sector Turismo

El Sector Turismo agrupa las actividades económicas dedicadas a producir servicios para los viajeros. No sería posible explicar los millones de viajes que se registran en el mundo si todos fueran viajes por placer o de vacaciones. En realidad los viajes por motivo de turismo no van más allá del 40% del total. Esto ha generado discusiones acerca de su denominación.

Sin embargo, llámese Turismo, Viajes o Viajes y Turismo, existe una actividad económica productora de servicios que genera ingresos,

empleos y divisas. Actividad que cada vez más requiere de personal especializado para sus empresas. Especializado significa en este caso, capaz de administrar y hacer funcionar eficientemente empresas que se mueven en un ámbito extremadamente competitivo. Competencia que se da no solamente por las características de los atractivos sino, y sobre todo, por la calidad de los servicios que ofrecen.

El turismo ha alcanzado una posición muy importante en el comercio mundial y en la economía de muchos países. Hay países en los que el turismo constituye su principal exportación. Es el caso de República Dominicana, Cuba y Costa Rica, pero también de Estados Unidos y Francia. Estados Unidos fue el primer país del mundo por el número de turistas que recibía y por el valor de sus exportaciones de servicios turísticos. Esta posición la conservó hasta que debido al atentado a las Torres Gemelas de Nueva York debió resignarla a favor de Francia que, desde entonces ostenta el primer lugar del mundo.

Pese a ello, en los censos económicos no existe un Sector Turismo, sus actividades se encuentran en distintos sectores, subsectores y ramas. En general se encuentran en Transporte, Comercio y Hoteles, Servicios, etc. Esto a su vez impide que aparezca un Sector Turismo en las Cuentas Nacionales. La razón de este estado de cosas es de carácter metodológico y se debe a los criterios de clasificación de las actividades económicas. Una solución a este problema es la propuesta por la Organización Mundial del Turismo sobre la Construcción de una Cuenta Satélite para el Turismo.

No existen empresas de turismo que produzcan todos los servicios requeridos para un viaje. Cada una se especializa en uno o algunos servicios, hay empresas que producen servicios de alojamiento, otras de alimentación, otras de transporte y así sucesivamente. Esto convierte al turismo en un sector con una oferta fragmentada. Una gran variedad de empresas y establecimientos producen, cada uno, uno o más servicios, pero nunca todos.

El Turismo implica viajes, por lo tanto siempre hay un Origen y un Destino. Es su esencia. Por eso es muy importante el transporte, es decir el traslado entre el Origen y el Destino. Del mismo modo también existen empresas que tienen sus locales en el Origen y empresas cuyos locales son típicos del Destino.

En el origen las empresas más numerosas son las Agencias de Viajes, o empresas de venta de viajes y turismo. Se encuentran allí porque sus clientes son los viajeros. Otra de las importantes son las Mayoristas, que se encargan de organizar viajes y excursiones. Las Empresas de Representaciones son empresas comercializadoras, pueden representar a líneas aéreas, hoteles, organismos oficiales de turismo y otras empresas de Destino. Las Empresas de Servicios Especiales al Viajero

más típicas son las de seguros de viaje, pero pueden existir otras. Finalmente, en el Origen aparecen las Empresas de Transporte de Pasajeros. Se trata de líneas aéreas, de buses, ferrocarriles, transporte fluvial y marítimo, dedicadas a transportar pasajeros. Figuran en el origen porque es allí donde comercializan y venden.

En el Destino existen empresas productoras de servicios y empresas o instituciones de fomento. Entre las primeras figura la Empresa de Operación de Turismo, también llamada Operadora Receptiva. Se trata de empresas que brindan el servicio de excursiones en Destino. Las de Alojamiento son empresas típicas de Destino, entre las que se incluyen los hoteles, en todas sus categorías, y establecimientos extrahoteleros. Se trata de un servicio esencial para cualquier viajero. Igualmente esenciales son las empresas dedicadas a los servicios de alimentación, que incluyen todo tipo de restaurantes, bares y cafeterías. En algunas ciudades la gastronomía, por su calidad y originalidad, constituye un atractivo que agrega valor al Destino.

Las Empresas de Atracción y Actividades son muy variadas dependiendo de cada Destino. Son cada vez más frecuentes y van desde Disney Corporation, hasta museos, pasando por acuarios y casinos. En general se trata de servicios que agregan más poder de atracción al Destino ya que están diseñados para los turistas aunque eventualmente puedan ser usadas por la población local. Las empresas de venta de souvenirs y similares están dedicadas a vender a los turistas todo tipo de recuerdos, artesanías, etc. Finalmente las empresas de apoyo al visitante son las que brindan servicios como cambio de moneda.

Una consideración aparte merecen las empresas dedicadas a servicios de recreación orientadas a satisfacer necesidades de la población local. Se trata de cines, teatros, instalaciones deportivas, espectáculos, etc. En muchos Destinos como ciudades importantes estos servicios se convierten en un atractivo de mucho interés para los visitantes, pero generalmente no podrían subsistir sin la demanda local. Ciudades como Londres, París, Nueva York o Buenos Aires, mantienen una actividad teatral y de espectáculos muy importante y atractiva que necesariamente debe incluirse en su oferta turística.

Entre las Empresas o Instituciones de Fomento se encuentra, en primer lugar, el Organismo Oficial, con su doble función de orientación y control de calidad. Generalmente los Destinos turísticos son ciudades y por lo tanto el Organismo Municipal de Turismo siempre está presente. En muchos casos también está presente el Organismo Nacional. Es importante destacar que el Organismo Oficial debe actuar en el Destino porque su función primordial es colaborar en la promoción para que lleguen los turistas y asegurar la calidad de atractivos y servicios. Otro hecho interesante es el lugar que le corresponde a la formación y capacitación de los Recursos Humanos, que incluye la enseñanza del

turismo en universidades y escuelas, las escuelas de hotelería, de gastronomía y de guías.

Formación y capacitación que precisamente debe atender a todos los que participan en este sector. En algunos casos como los de alojamiento y gastronómicos, requieren una formación especializada. Para el resto se precisa una más general capaz de atender a una diversidad de empresas y al Estado.

II.3 Fundamentos de la Carrera

La revisión de los Planes de Estudio de las Universidades que incluyen las Carreras de Turismo y de Hotelería, tanto del país como del extranjero, muestra una disparidad que se puede calificar como caótica.

De este análisis no obstante es posible encontrar tendencias que permiten definir carreras modernas. Las más antiguas no incluían matemáticas y la materia Estadística era sólo descriptiva. Se suponía que la salida laboral principal eran las agencias de viajes y en consecuencia la preparación estaba orientada a ellas. Lo cual no dejaba de ser un contrasentido porque la preparación y el nivel de sueldos de un empleado en agencias de viajes no ameritan una preparación de nivel universitario. Las más modernas se orientan a formar profesionales en todos los campos del turismo, muchas enfatizan en el turismo receptivo y la mayoría se orientan a formar administradores y personal directivo de las empresas.

Es preciso aclarar que los estudios universitarios de Turismo se inscriben en el área de las Técnicas, contrapuesta en este caso con las Científicas. Las carreras de ingeniería, por ejemplo, son técnicas que reconocen como base científica la Física, la Química y las Matemáticas. Sin embargo, en el caso del turismo y la hotelería a pesar que la mayoría la considera una técnica no hay acuerdo en su base científica.

Las más modernas toman como base preponderante las ciencias económicas y se orientan a considerar al turismo como un fenómeno vinculado a la moderna economía de los servicios.

La caracterización del turismo como un fenómeno vinculado a los viajes de placer, como una de las formas de uso del tiempo libre, es básicamente europea, más concretamente española e italiana, en cambio la vertiente inglesa y norteamericana se orienta al concepto de viajes en general, o de viajes y turismo. Por su parte las definiciones

propuestas por la Organización Mundial del Turismo^{2/} se refieren a "viajes de ocio, negocio u otros motivos."

A la versión que considera al turismo como un fenómeno vinculado a la moderna economía de los servicios se adscriben los Planes de Estudios para las carreras de Turismo y de Hotelería, preparados para la Universidad Nacional de Río Negro. También se ha tomado en cuenta la localización de las Escuelas de Turismo y de Hotelería en San Carlos de Bariloche, Destino Turístico de primer nivel que basa su economía local en la actividad turística. Esto condiciona la orientación de los estudios a preparar futuros administradores y gerentes de empresas turísticas.

III. OBJETIVOS

El objetivo central de esta carrera es procurar una formación avanzada en la administración, organización y gestión hotelera, capacitando al futuro egresado para trabajar en equipo y cumplir diversas funciones. Se pone énfasis en desarrollar la creatividad y la capacidad de comprensión del alumno como así también incentivar su adaptación flexible a nuevas exigencias.

El egresado recibe capacitación en gestión y dirección general a través de una introducción a los temas contemporáneos, brindándole así la posibilidad de colaborar en el desarrollo de una actividad tan importante como el turismo para el área de influencia de la Universidad.

La formación académica se complementa con una formación humanística, que es esencial para el alumno tanto en su ámbito personal como profesional.

IV. PERFILES

El perfil académico de la carrera, tanto en su título intermedio como en el de grado, permite flexibilidad y adaptación al cambio, lo que posibilita al egresado y al graduado trabajar en las diversas áreas: comercial, planeamiento, gestión de recursos humanos, entre otras.

^{2/} La OMT (1991) lo define como: "las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos". Cfr. Dr. Jorge Valencia Caro. Diccionario Turístico.

El egresado con el título intermedio de **Técnico Universitario en Hotelería** dispondrá de conocimientos en las siguientes áreas y disciplinas:

- En Administración que brinda el marco teórico y práctico vinculado con la administración y gestión de empresas.
- En las estructuras instrumentales de Contabilidad, que le permiten el uso de herramientas y procedimientos apropiados para la gestión contable, presupuestaria y de costos.
- Conocerá las plataformas conceptuales de Metodología de las Ciencias Sociales, Matemática y Estadística, como sustento para las capacidades de razonamiento, analíticas y de cálculo que permitan la resolución de problemas, y el empleo de los métodos estadísticos descriptivos e inferenciales utilizados en el manejo de información e investigación operativa en el ámbito empresarial.
- A partir de los fundamentos del Derecho Constitucional y Privado, incluyendo un adecuado conocimiento de las ramas de la legislación general y aplicada a las actividades empresariales, le permitirá interpretar cabalmente y aplicar las normas jurídicas, éticas y morales que el adecuado desempeño de la profesión exige.
- Los aportes de la Historia y la Sociología para lograr una mayor comprensión de la sociedad y el contexto humano que brindan los marcos conceptuales de las mismas.
- Los aportes de la Economía para la interpretación del contexto microeconómico y macroeconómico en el cual se encuentra inserta la organización empresarial.
- Entre las optativas Introducción al Turismo proporciona los fundamentos teóricos de esta disciplina y brinda un panorama completo de la actividad, en el mundo, el país y Bariloche. Patrimonio Turístico, tanto argentino como latinoamericano, aporta los conocimientos sobre atractivos y actividades necesarios como base de la carrera.

Estos conocimientos le brindarán al egresado de la tecnicatura:

- Capacidad de comunicación, interacción y creatividad.
- Habilidad para fortalecer las relaciones de trabajo en equipo.
- Dominio de conocimientos analítico-cuantitativos.

- Capacidad para modelizar problemas y poder participar en diversos medios sociales y organizacionales.
- Conocimiento de la evolución socio-histórica del management y sus tendencias.
- Capacidad para transformar las ideas en acción eficiente.
- Comprensión de las fuerzas que conforman el entorno de los negocios.

Los graduados con el título de **Licenciado en Hotelería** de la UNRN, además de lo precedente, dispondrán de conocimientos en las siguientes áreas y disciplinas:

- Los saberes técnicos y profesionales en: Gestión de Alimentos y Bebidas, Gestión de Habitaciones, Recepción y Conserjería, y Formulación y Evaluación de Proyectos, entre otros.
- El marco herramental de Gestión de Sistemas de Calidad, como base para el desarrollo de las modernas técnicas de excelencia en los servicios.
- Gastronomía y Compras y Almacén proporciona los conocimientos necesarios en el área de Alimentos y Bebidas. Mientras que el manejo de los salones y las relaciones frente a los pasajeros se tratan en Banquetes, Relaciones Públicas, Protocolo y Ceremonial.
- El ciclo vinculado a la conservación edilicia y a la integridad de pasajeros y equipajes se consideran en Higiene, Seguridad y Mantenimiento.
- Prácticas Profesionales que permitan integrar y desarrollar los conocimientos adquiridos, a fin de que el egresado pueda resolver con éxito los desafíos que le deparará su actuación profesional.

Estos estudios le otorgarán al licenciado:

- Habilidades para el desarrollo de estrategias para la toma de decisiones.
- Conocimientos para capacitar a terceros para el desarrollo de planes orientados a la obtención de resultados.
- Comprensión de los roles funcionales y los procesos críticos de las empresas y los negocios.
- Capacidad para implementar las mejores prácticas y lograr éxito sustentable a largo plazo

- Dominio de técnicas y estrategias que aseguran la competitividad global.
- Conocimientos y actitudes que permiten el desarrollo de la capacidad de liderazgo.
- Capacidad para construir y cambiar la cultura organizacional y trabajar hacia una visión compartida.
- Conocimientos para formular una perspectiva de negocios integrada.
- Conocimientos para trazar estrategias de negocios

V. ALCANCES

Los egresados de la carrera con el título intermedio de **Técnico Universitario en Hotelería** estarán capacitados para:

- Asistir en la identificación y análisis de los problemas que enfrentan las organizaciones en su desarrollo y colaborar en la propuesta de soluciones factibles.
- Asistir en las actividades de elaboración e implantación de métodos y procedimientos de administración, finanzas, comercialización, presupuestos, costos y administración de personal.
- Elaborar diagnósticos de las áreas funcionales de una empresa y participar en la formulación de estrategias competitivas.
- Armar planes de negocios y participar en la planificación del cambio en todas las dimensiones de la organización para su implementación.
- Colaborar y asistir técnicamente a los profesionales del área en:
 - a) la implementación de métodos y procedimientos para el desarrollo de las funciones de los distintos sectores de una empresa y supervisar su aplicación.
 - b) el relevamiento y la sistematización de la información para la realización de estudios y diagnósticos de las empresas.
 - c) la implementación y la evaluación de proyectos de inversión en distintas organizaciones e instituciones.
 - d) la implementación de métodos y procedimientos para el desarrollo de negocios o de programas de comercialización específicos para las empresas.

Por su parte, los graduados de la UNRN con el título de **Licenciado en Hotelería** estarán capacitados para los siguientes alcances e incumbencias:

- Desarrollar acciones de liderazgo para conducir equipos de trabajo.
- Desarrollar habilidades estratégicas para la toma de decisiones.
- Desarrollar estrategias de conducción y posicionamiento económico-financiero de empresas vinculadas al alojamiento.
- Planificar metas y recursos de la organización a corto y largo plazo.
- Entender los roles funcionales y los procesos críticos de las empresas.
- Administrar, organizar, controlar y dirigir la gestión de los negocios en grandes, medianas y pequeñas empresas vinculadas a los servicios de alojamiento.
- Preparar sistemas de información gerencial utilizando soportes informáticos. Analizar, formular y evaluar proyectos de inversión a nivel.
- Realizar investigaciones de mercado y de marketing estratégico.
- Capacitar a terceros para el desarrollo de planes orientados a la obtención de resultados.
- Implementar las mejores prácticas para lograr el éxito sustentable a largo plazo y asegurar la competitividad global.
- Realizar el control de gestión y evaluación sobre las acciones planificadas.
- Construir y cambiar la cultura organizacional y trabajar hacia una visión compartida.
- Formular una perspectiva de negocios integrada.

VI. REQUISITOS

VI.1. Ingreso

Para el ingreso a la carrera tener el Certificado de Asistente en Ciencias Económicas con orientación en Turismo y Hotelería, otorgado por la UNRN.

VI.2. Egreso

Para obtener los títulos previstos en la carrera de **Licenciatura en Hotelería** se deberán cumplir con lo siguiente:

- a) Para el título de **Técnico Universitario en Hotelería**, además del Certificado de Asistente en Ciencias Económicas con orientación en Turismo y Hotelería, se deberán tener aprobadas todas las asignaturas del tercer año previstas en el Plan de Estudios, incluyendo el Seminario sobre Gestión Empresarial.
- b) Para el título de **Licenciado en Hotelería** se deberán aprobar todas las asignaturas previstas en los cuatro años del Plan de Estudios de la carrera. La carga horaria total de las materias obligatorias en los 4 años de la Licenciatura es de 3.008 horas. En caso de que el alumno deba cursar todos los cursos de idiomas y de informática previstos en el Plan de Estudios, la carga horaria total asciende a 3.328 horas.

VII. DISEÑO CURRICULAR

Siguiendo los lineamientos académicos establecidos por la UNRN las carreras correspondientes al Departamento de Ciencias Económicas se inscriben en dos trayectos: 1) la Diplomatura en Ciencias Económicas, la cual es común para todas las carreras del Departamento, y 2) las Licenciaturas propiamente dichas (Administración, Turismo, Hotelería, etc.). Cada uno de estos trayectos tiene una duración de dos años.

Los dos trayectos de la Licenciatura en Hotelería comprende un total de 36 materias, las que se desarrollarán en el transcurso de 4 años. A dicho total de asignaturas hay que añadir los cursos de Idioma e Informática. En este caso el alumno podrá optar por cursar estas materias ó aprobarlas con un test de nivel ante la instancia que la UNRN determine.

El plan de estudios está organizado para responder a objetivos de formación profesional cuyos objetivos son: (i) atender a una demanda de sólida formación en ciencias económicas, y (ii) procurar que el alumno incorpore los conceptos fundamentales y los modelos de razonamiento propios de las disciplinas en ciencias económicas que desarrollará en su oferta la UNRN.

VIII. PLAN DE ESTUDIOS

1. Organización y Estructura

Como se ha expuesto, la Licenciatura en Hotelería está dividida en dos trayectos: el de la Diplomatura y el de la Licenciatura, en donde además del título de grado hay un título intermedio. El Plan de Estudios de ambos trayectos es el siguiente.

DIPLOMATURA UNIVERSITARIA

Este Diploma certifica la capacidad del egresado para desempeñarse como idóneo en un área específica de las ciencias básicas, y lo habilita para ingresar al Segundo Ciclo Universitario de las Licenciaturas en Administración, Turismo y Hotelería.

El título que obtiene el estudiante al finalizar el Primer Ciclo es Diploma Universitario en Administración ó en Turismo/Hotelería, dependiendo de las optativas que curse.

Duración: 2 años (4 semestres)

Plan de Estudios

PRIMER AÑO

PRIMER SEMESTRE

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
01	Administración I	4	64	Ninguna
02	Matemática I	6	96	Ninguna
03	Contabilidad I	4	64	Ninguna
04	Introducción al Turismo	4	64	Ninguna
	TOTAL	18	288	

SEGUNDO SEMESTRE

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
05	Economía I	4	64	02;04
06	Matemática II	6	96	02
07	Sociología	4	64	01;04
08	Patrimonio Turístico Argentino	4	64	01

	TOTAL	18	288	
--	-------	----	-----	--

SEGUNDO AÑO

PRIMER SEMESTRE

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
09	Economía II	4	64	05;06
10	Estadística I	6	96	06
11	Instituciones del Derecho Público	4	64	04;07
12	Patrimonio Turístico Latinoamericano	4	64	04;08
	TOTAL	18	288	

SEGUNDO SEMESTRE

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
13	Historia Económica y Social Contemporánea.	6	96	04;07;11
14	Administración de Recursos Humanos	6	96	01;07;08;11;12
15	Instituciones de Derecho Privado	6	96	07;11
16	Marketing Estratégico Turístico I	6	96	04;09
	TOTAL	24	384	

CERTIFICADO: Asistente en Ciencias Económicas con Orientación en Turismo/Hotelería

TERCER AÑO

PRIMER SEMESTRE

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
17	Gestión Alimentos y Bebidas I	6	96	01;03;04
18	Gestión de Habitaciones	6	96	01;03;04
19	Recepción y Conserjería	6	96	01;03;04
20	Derecho y Legislación Turística	4	64	04;11
21	Optativa I	6	96	A determinar
	TOTAL	28	448	

SEGUNDO SEMESTRE

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
22	Gestión Alimentos y Bebidas II	6	96	04;17
23	Gastronomía	6	96	04;17
24	Compras y Almacén	4	64	01;03;17
25	Pasantía I	6	96	(*)
26	Optativa II	6	96	A determinar

	TOTAL	28	448	
--	-------	----	-----	--

TITULO: Técnico Universitario en Hotelería

(*) Tener aprobadas todas las asignaturas del segundo año y cursadas las materias del primer semestre del tercer año.

CUARTO AÑO

PRIMER SEMESTRE

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
27	Formulación y Evaluación de Proyectos Hoteleros	6	96	01;02;05;09;10;15;16
28	Relaciones Públicas, Protocolo y Ceremonial	4	64	17;19;21;22
29	Gestión de Sistemas de Calidad	4	64	17;18;19;21;22
30	Pasantía II	6	96	25
31	Optativa III	6	96	A determinar
	TOTAL	26	416	

SEGUNDO SEMESTRE

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
32	Higiene, Seguridad y Mantenimiento	4	64	17;18;19;22;23;
33	Comercialización y Ventas Hoteleras	6	96	16;17;18;19;21;22
34	Informática III (Software para Hotelería)	6	96	17;18;19;21;22;23
35	Pasantía III	6	96	30
36	Optativa IV	6	96	A determinar
	TOTAL	28	448	

TITULO: Licenciado en Hotelería

MATERIAS OPTATIVAS

- Gestión de Administración Hotelera
- Plan de Negocios
- Costos Hoteleros
- Contabilidad Hotelera
- Administración Financiera
- Arquitectura y Diseño de Hoteles-Decoración
- Calidad Ambiental
- Organización y Operación Eventos
- Administración de Pequeños Establecimientos

2. Contenidos Mínimos de las Materias

Administración I

Introducción a la administración y al estudio de las organizaciones. Administración y ciencias administrativas. Conceptos fundamentales. Modelos para la descripción de las organizaciones. Administración profesional. Recursos y dinámica organizacional.

Administración de Recursos Humanos

Los recursos humanos en la empresa. Gestión y planeación de recursos humanos por competencias. Políticas de personal. Remuneraciones e incentivos. Entrenamiento y formación del capital humano. Las relaciones laborales en la empresa. Legislación laboral y sindicatos. Función del management en las organizaciones empresariales.

Comercialización y Ventas Hoteleras

Definiciones de comercialización y ventas. Mercados principales de los hoteles. Canales de distribución de los hoteles. Principales funciones de la división de ventas y comercialización. Puestos claves, responsabilidad y tareas. Análisis de la estructura de los clientes. Calidad de los clientes. Administración, servicio de venta y postventa. Clientes VIP . Cuentas Corporativas.

Compras y Almacén

Departamentos de compras. Organización y control. Elección de proveedores. El precio y calidad de los productos. Recepción, Almacenamiento y Conservación de Mercancías. Caja de Recepción. Control físico, Inventarios y stock. Circuitos administrativos de aprovisionamiento interno. Requerimiento de cada área del hotel.

Contabilidad I

La importancia de la contabilidad como medio de información. El proceso contable. Conceptos básicos. Patrimonio y capital. Patrimonio neto. Igualdad contable básica. Las cuentas, clasificación y el plan de cuentas. El balance de sumas y saldos como sistematización de las operaciones registradas. Normas contables.

Derecho y Legislación Turística

Nociones generales de derecho civil y comercial. El derecho administrativo turístico. Relaciones entre el derecho administrativo y otros sectores del ordenamiento jurídico relacionado con el turismo. La administración turística argentina en sus niveles nacional y provincial. Análisis de la legislación turística argentina nacional y provincial.

Economía I

La economía como disciplina científica. Problemas económicos fundamentales. Los factores de la producción. La microeconomía y la macroeconomía. El mercado, la oferta y la demanda. Los precios. Análisis del consumidor. Elasticidades. La empresa. Tecnología y costos. Producción y productividad.

Economía II

Teoría del comportamiento del consumidor. Demanda individual y de mercado. Teoría de la firma y sus objetivos. Funciones de producción, de costos y de oferta. Estructura de los mercados. La competencia

perfecta. La competencia imperfecta o monopólica. El monopolio y el oligopolio. Los mercados de factores. Innovación y cambio tecnológico. Problemas de optimización y sus aplicaciones económicas. Software para acceder a una resolución rápida de estos temas.

Estadística I

Introducción a la Estadística. Caracterización de series de frecuencias. Ajustamiento. Series cronológicas. Correlación y regresión. Números índices. Probabilidad. Distribución Normal. Inferencia estadística.

Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos

Ciclo de vida de los proyectos. Árbol de problemas. Marco lógico. Aspectos interdisciplinarios en la elaboración del proyecto. Toma de decisiones en condiciones de incertidumbre. El turismo como actividad productiva. Impacto del turismo en las economías regionales y nacionales. El negocio del turismo. Condiciones para el financiamiento de proyectos. Los indicadores de rentabilidad. Análisis de sensibilidad. Seguimiento y evaluación de la gestión. Acciones correctivas y reprogramación.

Gastronomía (Teórica y Práctica)

Los diferentes tipos de establecimientos. Evolución gastronómica. Gastronomía hotelera. La cocina, instalación y organización. Conocimiento de las mercaderías. Nutrición. Química de alimentos- Bromatología. Estudios del menú. Cálculos de cocina. Métodos de cocción. Preparaciones básicas. Planeamiento del menú. Factores que controlan el planeamiento de un menú, etc..Comida típica Argentina 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.

Gestión de Alimentos y Bebida I

Estructura y funcionamiento del departamento de alimentos y bebidas . Planificación y control de las operaciones. Equipos, elementos e insumos.Compra de alimentos. Costos y técnicas de control de costos. Organización, preparación y servicio de alimentos. Restaurantes, Fast Food. Selección de la ubicación. Diseño del lugar. Selección, control y supervisión del personal:funciones y responsabilidades. Mise en Place para distintos servicios. Organización, preparación y servicios de bebidas. Servicio, relación entre bebidas alcohólicas y las comidas. Bares.

Gestión de Alimentos y Bebida II

Higiene: causas y prevención en la contaminación de alimentos. Problemas específicos en la industria hotelero/gastronómica. Higiene personal. Higiene de utensilios y herramientas en gastronomía. Higiene de los locales de preparación de comidas. Conocimientos

básicos de biología. Área de Banquetes y Eventos. Técnicas de organización de eventos sociales-comerciales, congresos y convenciones. Características conceptuales. Procesos. Organización y métodos. Planeamiento. Actividades. Preparación. Operativa. Desarrollo dentro del hotel. Catering. Room Service.

Gestión de Habitaciones

Gerencia de habitaciones. Estructura, organización, funciones. Interrelación y áreas de responsabilidad: habitaciones, áreas públicas. Procedimientos y técnicas de trabajo. Puestos de trabajo: Ama de llaves, Supervisora. Camareras. Distribución y cálculo de personal. Llaves, uso y control. Tareas de los diferentes turnos. Las rutinas de limpieza. Equipos, elementos e insumos. Inventario. Lencería. Ropa blanca. Rotación de colchones. Lavandería: servicios que ofrece. Tintorería. Encargado de Lavandería. Controles y presupuestos del área.

Gestión de Sistemas de Calidad

Proporcionar los conocimientos básicos para poder implantar un sistema de calidad en un hotel. Requerimientos y ventajas de los sistemas para la gestión de la calidad. Diferentes sistemas de gestión de la calidad existentes en la actualidad y que afectan al sector hotelero que permitan aumentar el rendimiento y la eficiencia de los recursos del hotel. Desarrollar metodologías para implementar los sistemas de calidad en establecimientos hoteleros. Normas ISO. Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM)

Higiene-Seguridad y Mantenimiento

Criterios y estándares de gestión y supervisión de higiene. Normas, principios y prácticas. Sistema y procedimiento de seguridad interna y externa. Normas principios y prácticas. Seguridad de evacuación. Seguridad eventos especiales. Equipos y control. Aspectos fundamentales. Organización del área del mantenimiento funciones, procesos y procedimientos. Planeamiento, organización y control. Encargado de Mantenimiento. Areas principales de Mantenimiento. Sistema eléctrico e iluminación. Sistema de plomería. Aire acondicionado y calefacción. Mantenimiento general del edificio.

Historia Económica y Social Contemporánea

Principales acontecimientos económicos y sociales internacionales relacionados con el contexto político-institucional argentino desde comienzos del siglo XX hasta nuestros días. Inglaterra, Estados Unidos, la URSS y Alemania después de la Primera Guerra Mundial. La Segunda Guerra Mundial. El mundo bipolar. Europa Oriental. La política de bloques y la Guerra Fría. El proceso de descolonización. El derrumbe del bloque soviético. El nuevo mapa de Europa. Estados Unidos y su papel hegemónico. La globalización del mundo.

Informática III / Software para Hotelería

Análisis de sistemas informáticos de gestión hotelera. Principales sistemas utilitarios. Interfaces. Reservas. Perfiles. Opciones. Análisis de sistemas informáticos de gestión gastronómica. Manejo de sistemas informáticos específicos avanzados.

Introducción al Turismo

Definiciones de turismo. La importancia del turismo en la economía. Situación del turismo en el mundo, América Latina y Argentina. Evolución. La Globalización. Influencia de la informática e internet. Sistema turístico. Interrelaciones. Espacio turístico: Importancia del municipio. Oferta y demanda. El turismo urbano, forma moderna del turismo masivo. El turismo de aventura en sus diferentes formas. El turismo especializado. Nuevas formas de turismo.

Instituciones del Derecho Privado

Aspectos fundamentales del derecho civil y del derecho comercial, considerados como el tronco común del derecho privado. Comprende la parte general y el derecho real, con profundización en lo referente a las relaciones patrimoniales de las personas.

Instituciones del Derecho Público

Instituciones del derecho en la organización de la sociedad. Las fuentes del derecho. La constitución nacional. Los principios del derecho administrativo. El derecho como proceso para proteger acuerdos voluntarios entre las partes.

Marketing Estratégico Turístico

Fundamentos del marketing. Marketing de servicios. Marketing estratégico. Plan de marketing, marketing mix y su aplicación a los servicios turísticos. Su formulación y aplicación en las empresas de turismo y en las instituciones del Estado que corresponden al sector. Fundamentos del marketing de servicios y en particular del marketing de turismo. Énfasis en marketing estratégico por su importancia en el tratamiento de pequeñas empresas de servicios. La competencia en los mercados de turismo. Producción eficiente de servicios turísticos. Calidad, precios y una política de promoción y venta eficaz.

Matemática I

Funciones. Límites y continuidad. Derivadas. Análisis diferencial de una variable. Análisis diferencial de dos o más variables. Máximos y mínimos libres y condicionados. Cálculo integral. Sucesiones y series finitas. Elasticidad de funciones.

Matemática II

Álgebra. Funciones. Sistemas de ecuaciones lineales. Matrices. Determinantes. Álgebra lineal. Programación lineal. La modelización de situaciones económicas.

Patrimonio Turístico Argentino

Definiciones, nociones de patrimonio y cultura. La importancia del patrimonio en el turismo. Preservación y conservación del patrimonio. Las grandes ciudades como atractivo turístico: las ciudades argentinas. Turismo cultural, turismo de congresos y convenciones, turismo gastronómico, turismo de compras. Turismo étnico, monumentos y museos, parques temáticos. Centros turísticos que se desarrollaron en base al turismo interno. Patrimonio natural: parques nacionales y reservas.

Patrimonio Turístico Latinoamericano

El patrimonio cultural prehispánico: culturas mayas, aztecas e incas: su legado cultural y arquitectónico, ciudades y monumentos. Etapa colonial: influencia histórica, arquitectónica y religiosa. Ciudades coloniales. Fuertes y fortines. Los jesuitas. Formación y desarrollo de las grandes ciudades. Patrimonio urbano: grandes monumentos y construcciones, museos, parques temáticos. Manifestaciones populares, religiosas, tradiciones y folclor. Patrimonio natural: principales recursos naturales. Grandes parques y reservas. Conservación y preservación de los recursos naturales.

Recepción / Conserjería

Departamento Recepción o Front Desk. Funciones y Organización. Recepcionista. Departamento de Reservas o Reservas. Tarifas. Departamento servicio al Huésped. Característica del personal de servicio. Tendencia en servicio al huésped. Telefonista y Encargado del teléfono. Gerente nocturno. Auditoría. Conserjería. Funciones y organización. Capitán. Bellboy o Botones.

Relaciones Públicas / Protocolo y Ceremonial

Concepto de Relaciones Públicas. Evolución de las Relaciones Públicas durante el siglo XX. Las funciones de las Relaciones Públicas: promoción de productos y marcas y cuidado de la Imagen Institucional. Herramientas de Relaciones Públicas: comunicación institucional, gestión de prensa, lobbying, imagen empresarial, etc.. Lineamientos básicos de protocolo en distintas áreas profesionales. El campo de la diplomacia. El protocolo en ámbitos gubernamentales y empresariales. Aspectos diferenciales del protocolo en distintos tipos de eventos: recepciones, congresos, convenciones, lanzamientos de productos, etc. El protocolo y el ceremonial en la empresa hotelera.

Sociología

Introducción a la sociología. Los conceptos básicos de la teoría sociológica. Principales corrientes sociológicas. Análisis sociológico de las organizaciones. Aspectos relevantes de la estructura social argentina.

Pasantías I, II y III

Consisten en prácticas profesionales que los alumnos deberán desarrollar en diferentes áreas del Hotel o tipo de alojamiento turístico de la zona.

3. Plan de Congruencia de la Carrera

A continuación se expone la interrelación de las siguientes dimensiones de la Licenciatura en Hotelería

PERFIL	ALCANCE	MATERIAS
Dominio de conocimientos analítico-cuantitativos	1) Relevamiento y la sistematización de la información para la realización de estudios y diagnósticos de las empresas 2) Preparar sistemas de información gerencial utilizando soportes informáticos	Administración I Contabilidad I Matemática I Estadística I Economía I y II Informática I, II y III
Conocimiento de la evolución socio-histórica del management y sus tendencias	Entender los roles funcionales y conducir los procesos críticos de las empresas	Administración I
Comprensión de las fuerzas que conforman el entorno de los negocios	Implementación de métodos y procedimientos para el desarrollo de negocios o de programas de comercialización específicos para las empresas	Economía II y III Introducción al Turismo Comercialización y Ventas Hoteleras Marketing Estratégico Turístico I
Capacidad para modelizar problemas y poder participar en diversos medios sociales y organizacionales	Implementación y evaluación de proyectos de inversión en distintas organizaciones e instituciones	Informática II y III Estadística I Formulación y Evaluación de Proyectos Hoteleros
Capacidad de comunicación, interacción y creatividad	Armar planes de negocios y participar en la planificación del cambio en todas las dimensiones de la organización para su implementación	Gestión de Alimentos y Bebidas I y II Gestión de Habitaciones Recepción y Conserjería Gastronomía Relaciones Públicas y Protocolo Sociología
Habilidad para fortalecer las relaciones de trabajo en equipo	Implementación de métodos y procedimientos para el desarrollo de las funciones de las distintas áreas de una administración empresarial y supervisar su aplicación	Gestión de Alimentos y Bebidas I y II Gestión de Habitaciones Recepción y Conserjería Gastronomía Administración de Recursos Humanos Sociología
Capacidad para transformar las ideas en acción eficiente	Asistir en la identificación y análisis de los problemas que enfrentan las organizaciones en	Gestión de Alimentos y Bebidas I y II Gestión de Recepción y

	su desarrollo y colaborar en la propuesta de soluciones factibles	Habitaciones Sociología
Comprensión de los roles funcionales y los procesos críticos de las empresas y los negocios	<ol style="list-style-type: none"> 1) Entender los roles funcionales y conducir los procesos críticos de las empresas 2) Desarrollar toda otra cuestión de dirección o administración en materia económico-financiera con referencia a las funciones que le son propias 3) Desempeñar funciones de liquidador de sociedades comerciales o civiles. Actuar como perito en su materia en todos los fueros 	Administración I Contabilidad I Administración de Recursos Humanos Gestión de Alimentos y Bebidas I y II Gestión de Habitaciones Recepción y Conserjería Derecho y Legislación Turística Instituciones del Derecho Público y del Derecho Privado
Habilidades para el desarrollo de estrategias para la toma de decisiones	<ol style="list-style-type: none"> 1) Realizar investigaciones de mercado y de marketing estratégico 2) Desarrollar estrategias de conducción y posicionamiento económico-financiero de empresas vinculadas al alojamiento 	Estadística I Sociología Matemática I y II Marketing Estratégico Turístico Comercialización y Ventas Hoteleras
Capacidad para implementar las mejores prácticas y lograr éxito sustentable a largo plazo	<ol style="list-style-type: none"> 1) Implementar las mejores prácticas para lograr el éxito sustentable a largo plazo y asegurar la competitividad global 2) Planificar metas y recursos de la organización a corto y largo plazo 3) Realizar el control de gestión y evaluación sobre las acciones planificadas 	Marketing Estratégico Turístico I Gestión de Alimentos y Bebidas I y II Gestión de Habitaciones Recepción y Conserjería Comercialización y ventas hoteleras
Capacidad para construir y cambiar la cultura organizacional y trabajar hacia una visión compartida	Construir y cambiar la cultura organizacional y trabajar hacia una visión compartida	Introducción al Turismo Gestión de Sistemas de Calidad Compras y Almacén Higiene, Seguridad y Mantenimiento Sociología
Dominio de técnicas y estrategias que aseguran la competitividad global	<ol style="list-style-type: none"> 1) Elaborar diagnósticos de las áreas funcionales de una empresa y participar en la formulación de estrategias competitivas 2) Desarrollar habilidades estratégicas para la toma de decisiones 3) Implementar las mejores 	Gestión de Alimentos y Bebidas I y II Gestión de Habitaciones Recepción y Conserjería Gastronomía Gestión de Sistemas de Calidad Sociología

	prácticas para lograr el éxito sustentable a largo plazo y asegurar la competitividad global	Comercialización y Ventas Hoteleras
	4) Analizar, formular y evaluar proyectos de inversión a nivel público y privado	Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos
	5) Realizar investigaciones de mercado y de marketing estratégico	Marketing Estratégico Turístico I
Conocimientos para formular una perspectiva de negocios integrada	Formular una perspectiva de negocios integrada	Pasantías I, II y III Materias Optativas
Conocimientos para trazar estrategias de negocios	<ol style="list-style-type: none"> 1) Desarrollar estrategias de conducción y posicionamiento económico-financiero de empresas de alojamiento 2) Administrar, organizar, controlar y dirigir la gestión de los negocios en grandes, medianas y pequeñas vinculadas a los servicios de alojamiento. 3) Actividades de elaboración e implantación de políticas, métodos y procedimientos de administración, finanzas, comercialización, costos presupuestos y administración de personal 	Gestión de Alimentos y Bebidas I y II Gestión de Habitaciones Recepción y Conserjería Gastronomía Pasantías I, II y III Comercialización y Ventas Hoteleras Administración de Recursos Humanos Administración I, Contabilidad I Sociología
Conocimientos y actitudes que permiten el desarrollo de la capacidad de liderazgo	Desarrollar acciones de liderazgo para conducir equipos de trabajo	Gestión de Alimentos y Bebidas I y II Gestión de Habitaciones Recepción y Conserjería Gastronomía
Conocimientos para capacitar a terceros para el desarrollo de planes orientados a la obtención de resultados	Capacitar a terceros para el desarrollo de planes orientados a la obtención de resultados	Gestión de Alimentos y Bebidas I y II Gestión de Habitaciones Recepción y Conserjería Gastronomía Pasantías I, II y III Administración I Sociología