



Plan de estudios + Contenidos mínimos

Licenciatura en Hotelería



Universidad de Belgrano

Índice

LICENCIATURA EN HOTELERÍA

Plan de estudios Pág. 3

Contenidos mínimos de las asignaturas

1º año Pág. 5

ADMINISTRACIÓN GENERAL
CONTABILIDAD HOTELERA
RELACIONES PÚBLICAS
ORGANIZACIÓN HOTELERA
INGLÉS I
INSTITUCIONES DEL DERECHO
PROTOCOLO Y CEREMONIAL
PRÁCTICA PROFESIONAL I
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

2º año Pág. 6

COSTOS APLICADOS A HOTELERÍA
INGLÉS II
ALIMENTOS Y BEBIDAS
ESTADÍSTICA
SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA APLICADA A HOTELERÍA
ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TURISMO
PRINCIPIOS DE MICRO Y MACROECONOMÍA
GESTIÓN DE LA CALIDAD EN SERVICIOS HOTELEROS
PRÁCTICA PROFESIONAL II

3º año Pág. 7

MARKETING HOTELERO
INGENIERÍA Y MANTENIMIENTO DE HOTELES
ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS
INGLÉS III
PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS
PORTUGUÉS I
VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN
HABILITACIÓN PROFESIONAL I

4º año Pág. 8

INGLÉS IV
PORTUGUÉS II
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
HIGIENE EN OPERACIONES HOTELERAS
HABILITACIÓN PROFESIONAL II
DESARROLLO TURÍSTICO RESPONSABLE
TRABAJO FINAL DE CARRERA

Materias optativas de formación específica Pág. 9

Facultad de Ciencias Económicas

LICENCIATURA EN HOTELERÍA

Plan de estudios

1° año

Código	Materia	Horas semanales
01	ADMINISTRACIÓN GENERAL	6
02	CONTABILIDAD HOTELERA	5
03	RELACIONES PÚBLICAS	4
05	ORGANIZACIÓN HOTELERA	4
03	INGLÉS I	6
06	INSTITUCIONES DEL DERECHO	4
07	PROTOCOLO Y CEREMONIAL	4
08	PRÁCTICA PROFESIONAL I	4
09	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL	3

2° año

Código	Materia	Horas semanales
10	COSTOS APLICADOS A HOTELERÍA	6
11	INGLÉS II	6
12	ALIMENTOS Y BEBIDAS	5
13	ESTADÍSTICA	4
14	SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA APLICADA A HOTELERÍA	4
15	ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TURISMO	4
16	PRINCIPIOS DE MICRO Y MACROECONOMÍA	5
17	GESTIÓN DE LA CALIDAD EN SERVICIOS HOTELEROS	4
18	PRÁCTICA PROFESIONAL II	4
	MATERIA OPTATIVA DE FORMACIÓN GENERAL (MOFG) 1	2

3° año

Código	Materia	Horas semanales
16	MARKETING HOTELERO	4
19	INGENIERÍA Y MANTENIMIENTO DE HOTELES	4
21	ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS	5
17	INGLÉS III *	4
20	PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	4
18	PORTUGUÉS I *	2
22	VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN	5
23	HABILITACIÓN PROFESIONAL I *	4
	MOFG 5	2
	MOFG 6	2

* Materias Anuales

**TÍTULO INTERMEDIO:
TÉCNICO EN HOTELERÍA**

4º año

Código	Materia	Horas semanales
25	INGLÉS IV *	3
26	PORTUGUÉS II *	3
27	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	4
28	HIGIENE EN OPERACIONES HOTELERAS	3
29	HABILITACIÓN PROFESIONAL II *	4
31	DESARROLLO TURÍSTICO RESPONSABLE	4
150	TRABAJO FINAL DE CARRERA	2
	MOFG 7	2
	MATERIA OPTATIVA DE FORMACIÓN ESPECÍFICA (MOFE) 1	3
	MOFE 2	3
	MOFE 3	3

*** Materias Anuales**

Facultad de Ciencias Económicas

Contenidos mínimos de las asignaturas

1° año

PRIMER CUATRIMESTRE

ADMINISTRACIÓN GENERAL

Características y complejidades de la disciplina. Las organizaciones: concepto, enfoque y funcionamiento. Los procesos de planeamiento, información, decisión, influencia, eficiencia, medición, aprendizaje y ajuste. Estructura: diseño y manejo. Liderazgo. Comunicación. Trabajo en equipo. Tablero de comando.

CONTABILIDAD HOTELERA

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. Costos de una carrera económica.

RELACIONES PÚBLICAS

Concepto de relaciones públicas. Evolución de las relaciones públicas durante el siglo XX. Marketing y relaciones públicas. 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 empresaria, etc.

ORGANIZACIÓN HOTELERA

Hotelería, orígenes y desarrollo. La estructura hotelera. Clasificación de los tipos de alojamiento. Niveles de servicio. Tipos de propiedades. Categorización. Estructura básica de dirección. Los departamentos del hotel.

SEGUNDO CUATRIMESTRE

INGLÉS I

Manejo del lenguaje social, técnico y ocupacional del ámbito del área hotelera en lengua inglesa. Introducción a la administración hotelera. Lenguaje específico. Tipos de hotel y actividades hoteleras. Expresiones de ubicación. Servicios y características especiales. Procedimientos y sistemas de computación para la recepción (*front office*). Reservas. *Checkin* y *checkout*. Departamento de alimentos y bebidas. Principios. Servicio de cuartos.

INSTITUCIONES DEL DERECHO

Aspectos conceptuales básicos del derecho. El derecho constitucional. La Constitución Argentina. La organización del gobierno nacional. Derecho civil. Concepto. El código civil argentino. Persona, domicilio y capacidad e incapacidad. Fin de la existencia de las personas visibles. Personas jurídicas. El patrimonio. El hecho como fuente del derecho. Derechos reales. Concepto y evolución de la familia. Sucesiones. Derecho administrativo. Hechos y actos administrativos. Legislación de reforma del Estado.

PROTOCOLO Y CEREMONIAL

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.

PRÁCTICA PROFESIONAL I

El hotel. La gerencia general. La gerencia de recepción. La gerencia de habitaciones. La gerencia de capacitación. La gerencia de alimentos y bebidas. La gerencia de marketing y ventas. La gerencia administrativa. La gerencia de personal. La gerencia de ingeniería y mantenimiento.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Características del método científico. Inducción y deducción. Estrategias de investigación: investigaciones exploratorias, descriptivas y experimentales. Diseños de investigación para las ciencias sociales. Análisis de los paradigmas epistemológicos actuales. Investigación cuantitativa y cualitativa. Fases de una investigación: delimitación del marco teórico, elaboración de hipótesis de trabajo. Diseño de la investigación: elección del tipo de prueba y recolección de datos. Análisis de los resultados. Elementos básicos para la elaboración de un informe de investigación.

2° año

PRIMER CUATRIMESTRE

COSTOS APLICADOS A HOTELERÍA

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.

INGLÉS II

Registro de huéspedes. Sistemas. Formas de pago. Seguridad. Verbos y adjetivos de costo. Descripción de desayunos y comidas.

ALIMENTOS Y BEBIDAS

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

Distintos tipos de operaciones gastronómicas en el país y en el mundo. Evolución gastronómica. La gastronomía hotelera. La cocina, instalación y organización. Conocimiento de las mercaderías. Nutrición. Estudios del menú. Cálculos de cocina. Métodos de cocción. Preparaciones básicas. Planeamiento del menú. Factores que controlan el planeamiento de un menú. Costos y control de costos. El precio. Análisis del menú. El menú de bebidas y de postre. Nutrición. El servicio con respecto al menú. Las compras y la producción con respecto al menú. Importancia de la excelencia de los servicios hoteleros para los diferentes mercados consumidores.

ESTADÍSTICA

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 INFORMÁTICOS Y TECNOLOGÍA APLICADA A LA HOTELERÍA

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.

SEGUNDO CUATRIMESTRE

ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TURISMO

Introducción a la industria del turismo. Análisis de las diferentes infraestructuras y regiones del planeta. Interrelación entre la sociedad humana y la naturaleza. El turismo como factor de desarrollo económico. Análisis de la organización internacional del turismo y sus diferentes componentes.

PRINCIPIOS DE MICRO Y MACROECONOMÍA

Teoría de la conducta del consumidor. Curvas de demanda e indiferencia. Efectos de la variación de precios y del ingreso en la conducta del consumidor. Efecto precio, sustitución y renta. Demanda individual y del mercado. Cambios en la cantidad demandada y la demanda. Elasticidades. Producción. Equilibrio. Teoría de la distribución. Determinación del precio de los factores de producción. Equilibrio general. Agregados económicos. Producto. Ingreso. Consumo. Inversión. Ahorro.

Macroeconomía clásica y keynesiana. Oferta y demanda monetaria. Gobierno. Economía abierta. Crecimiento. Ciclos económicos. Política económica y fiscal.

GESTIÓN DE CALIDAD EN SERVICIOS HOTELEROS

El concepto de calidad. El sistema de calidad. Su aplicación. Herramientas de gestión de la calidad total. Los costos en la calidad. Gestión por procesos. La calidad y los recursos humanos. La medición en la calidad de servicios.

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.

3° año

PRIMER CUATRIMESTRE

16. MARKETING HOTELERO

Concepto y función de la Comercialización estratégica y operativa. Variables de la Comercialización: producto, servicio, precio, venta, distribución, promoción, merchandising, publicidad, marca, post-venta, entre otras. Los procesos de decisión en Marketing. Comportamiento de la demanda y de la competencia. Modelo de flujo de la organización de la venta, administración de la publicidad, la promoción y el merchandising hasta el servicio de post-venta.

Enfoque estratégico del concepto del negocio. Marketing y cliente. Visión y misión comercial de la organización. Los distintos mercados, los comportamientos y modelos de comportamiento de los consumidores. Segmentación estratégica del mercado, criterios de elección, técnicas y procesos de segmentación. Marketing de concepto: contenido medular de la estrategia. Estrategia de participación de mercado, de comunicaciones y logística. Posicionamiento: concepto y aplicaciones. El proceso integrador del marketing Mix. Instrumentos evolutivos del marketing: Franchising, Outsourcing, Marketing Directo. Merchandising Estratégico. Marketing Action Plan.

20. PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.

Herramientas para la organización de eventos. Planificación. Programación. Difusión. Negociación. Seguridad. Administración. Ceremonial. Organización. Relación con la prensa. Publicidad. Ambientación. Contrataciones. Marketing. Técnicas Creativas Empresariales. Recursos Psicológicos de Gestión para el Organizador.

SEGUNDO CUATRIMESTRE

19. INGENIERÍA Y MANTENIMIENTO DE HOTELES

Aspectos fundamentales. Organización del área. Funciones, procesos y procedimientos. Planeamiento, organización y control. Seguridad. Sistemas eléctricos. Acondicionamiento de aire, iluminación sistema de agua, manejo de la energía. Construcción y remodelación.

21. ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Planeamiento estratégico de los recursos humanos. Capacitación y desarrollo. Inducción. Evaluación de desempeño. Motivación. Educación. Trabajo en equipo. Liderazgo. Satisfacción del personal. Reconocimientos.

22. VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN

Dirección Comercial: Estilo y profesionalidad. Dedicación, dominio, funciones de planificación, coordinación, acción y control. Análisis sistemático de valor. Vivencia sistemática de valor.

Dirección de Ventas: Aptitudes y actitudes. Análisis de la estructura de los clientes. Calidad de los clientes y su renovación. Administración, servicio de venta y posventa.

ANUALES

17. IDIOMA 1: INGLÉS III

La atención al cliente en el restaurant. Expresiones de uso y de explicación de comidas y bebidas. Deberes y responsabilidades. El arte de servir. Comidas especiales: vegetarianas, dietas, etc.

18. IDIOMA 2: PORTUGUÉS I

Manejo del lenguaje social, técnico y ocupacional del ámbito del área hotelera en lengua portuguesa. Introducción a la Administración Hotelera. Lenguaje específico. Tipos de hotel y actividades hoteleras. Expresiones de ubicación. Servicios y características especiales. Procedimientos y sistemas de computación para la Recepción. Reservas. Departamento de Alimentos y bebidas. Principios. Servicio de cuarto.

23. HABILITACIÓN PROFESIONAL I: PLANEAMIENTO HOTELERO

En esta asignatura por su naturaleza se aplicarán las metodologías y teorías al desarrollo de casos prácticos e investigaciones de campo referidas a tratar dentro de los principales casos:

- Planes estratégicos y tácticas.
- Caso de investigación de elasticidad de precios.
- Caso como determinar precios y no perder participación en el mercado.
- Caso como reducir los elevados costos de operación y hacer más eficientes los procesos.

4º año

PRIMER CUATRIMESTRE

27. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

El sistema de investigación de mercados. Propuesta de estudio. Proyecto de investigación. Tipos de investigación. Etapas preliminares. 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. Informes. Medición y pronóstico de la demanda. Investigación de productos y prueba de mercado.

SEGUNDO CUATRIMESTRE

28. HIGIENE EN OPERACIONES HOTELERAS

Las causas y la 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.

31. DESARROLLO TURÍSTICO RESPONSABLE

La filosofía moral del turismo responsable. Recursos sustentables. La necesidad de una responsabilidad. Cooperación entre organismos gubernamentales y mundiales. Estrategias para un desarrollo responsable del turismo. Control.

150. TRABAJO FINAL DE CARRERA

Concepto de epistemología y metodología. Contextos de descubrimiento, justificación y aplicación.

Concepto de teoría científica, hipótesis y base empírica. Vocabulario científico; problemas de ambigüedad y vaguedad. Variables. Descripción y análisis de diferentes tipos de trabajo final de carrera que no constituyen una investigación. El trabajo final de carrera como investigación. Viabilidad del proyecto: alcance del problema y tiempo requerido. Modificación eventual del problema. Determinación de objetivos generales y específicos. Delimitación geográfica y temporal. Etapas: selección del tema, planteo del problema como punto de partida, encuadre teórico y formulación de hipótesis. Recolección de datos. Diferentes diseños y técnicas: observación documental, estudio de caso, entrevista, cuestionario, encuesta por muestreo. Respuesta al problema: análisis e interpretación de los datos (cuantitativos y cualitativos). Cuestiones relativas a la redacción y presentación del informe final (citado y referenciado) y a la defensa oral.

ANUAL

25. IDIOMA I: INGLÉS IV

Expresiones de queja y disculpa por servicio deficiente o insatisfactorio. Servicios para congresos, sala de conferencias y convenciones. Equipamiento electrónico. Estructuras de medición de espacio y comparación. Marketing Hotelero. Brochures, publicidad, promociones.

26. IDIOMA 2: PORTUGUÉS II

Registro de huéspedes. Sistemas. Formas de pago. Seguridad. Verbos y adjetivos de costo. Descripción de desayunos y comidas. La atención al cliente en el restaurante. Expresiones de uso y explicación de comidas. Deberes y responsabilidades. El arte de servir. Comidas especiales: vegetarianas, dietas, etc. Expresiones de queja y disculpa por servicio deficiente o insatisfactorio. Servicios para congresos, sala de conferencias y convenciones. Equipamiento electrónico. Estructuras de medición de espacio y comparación. Comercialización en Hotelería y Restaurantes. Publicidad y promociones.

29. HABILITACIÓN PROFESIONAL 2

La naturaleza de esta asignatura tiene como objetivo el desarrollo y aplicación práctica en casos reales e ideales de la metodología y técnicas aprendidas. En la misma se pone énfasis en la planificación del plan de negocios de la empresa y el consiguiente Plan de Marketing, aplicándose el sustento económico, comercial, de administración y finanzas desarrollado a lo largo de la carrera.

Materias optativas de formación específica

31. ARQUITECTURA Y DECORACIÓN DE HOTELES Y RESTAURANTES

Los espacios públicos y privados. La funcionalidad. El estilo arquitectónico. Distribución del equipamiento. Adaptación de equipamiento alternativo. Posibilidades de montaje y desmontaje del equipamiento y la ambientación. Modelos de ambientación. Focos escénicos. Sonido e iluminación. Lugares de permanencia, tránsito y descanso. Áreas de recepción y servicios, señalética. Seguridad de evacuación.

32. MARKETING PARA EL TURISMO

Distintos componentes del producto turístico. Las implicaciones para el marketing. Motivación del turista. Estrategias de marketing. Estrategias promocionales.

37. 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.

38. PROTOCOLO Y CEREMONIAL

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.

39. DISEÑO DEL MENÚ

Planeamiento del menú. Factores que controlan el planeamiento del menú. Costos y control de costos. El precio. Análisis del menú. El menú de bebidas y de postres. Nutrición. El servicio respecto del menú. Las compras y la producción respecto del menú.