

Universidad
Nacional
de Quilmes

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN ADMINISTRACION HOTELERA

TALLER DE INTEGRACION

PROGRAMA

- MODALIDAD LIBRE -



Universidad Nacional de Quilmes
Departamento de Ciencias Sociales
Licenciatura en Administración Hotelera
Curso: TALLER DE INTEGRACIÓN
Créditos otorgados: 8 (ocho).

Ubicación del curso en el Plan de Estudios

Taller de Integración se integra al Núcleo de Cursos de Licenciatura del ciclo superior de la Licenciatura en Administración Hotelera.

Articulación con conocimientos previos

El presente curso centra su finalidad en el desarrollo de una investigación integradora, y por lo tanto resulta primordial que el alumno cuente con una serie de conocimientos otorgados por otros cursos de la carrera que abordan desde diferentes perspectivas de acción a las organizaciones, como por ejemplo Administración de empresas, Administración estratégica, Contabilidad general, Costos, Estados contables, Marketing, Evaluación de proyectos de inversión, Derecho comercial y tributario, Recursos humanos, Control de gestión y el Núcleo de Cursos Obligatorios dentro del ciclo superior de la carrera. Todos estos cursos sirven de sostén para la construcción de nuevos conocimientos en el presente curso.

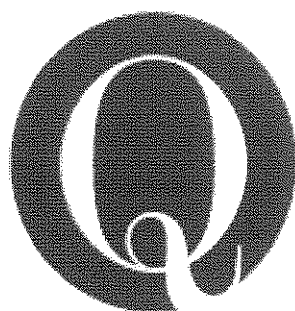
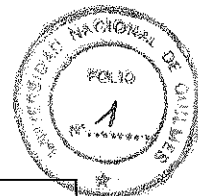
La adquisición previa de estos temas le permitirá al alumno abocarse de forma más eficiente a la aplicación de dichos conocimientos y habilidades en un proyecto de negocios o un análisis de negocio estratégico de una empresa en marcha dentro del sector turístico-hotelerero.

Aporte específico a la formación profesional

La misión de Taller de Integración es brindar al alumno el conjunto conocimientos y herramientas referentes al diseño, análisis, puesta en marcha y evaluación de proyectos de negocios, con el fin de desarrollar sus competencias como profesionales en la actividad.

Objetivos del curso

- A. Brindar a los alumnos los conceptos básicos y las herramientas para analizar o diseñar modelos de negocios desde un rol de verdaderos profesionales en su industria de actuación.
- B. Crear en el estudiante una mentalidad estratégica y un enfoque flexible en relación con el sector y las organizaciones en las que desarrollará sus actividades.



Universidad
Nacional
de Quilmes

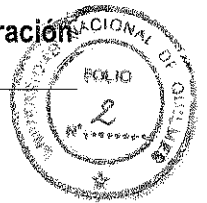
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN ADMINISTRACION HOTELERA

TALLER DE INTEGRACION

PROGRAMA

- MODALIDAD LIBRE -



Universidad Nacional de Quilmes
Departamento de Ciencias Sociales
Licenciatura en Administración Hotelera
Curso: TALLER DE INTEGRACIÓN
Créditos otorgados: 8 (ocho).

Ubicación del curso en el Plan de Estudios

Taller de Integración se integra al Núcleo de Cursos de Licenciatura del ciclo superior de la Licenciatura en Administración Hotelera.

Articulación con conocimientos previos

El presente curso centra su finalidad en el desarrollo de una investigación integradora, y por lo tanto resulta primordial que el alumno cuente con una serie de conocimientos otorgados por otros cursos de la carrera que abordan desde diferentes perspectivas de acción a las organizaciones, como por ejemplo Administración de empresas, Administración estratégica, Contabilidad general, Costos, Estados contables, Marketing, Evaluación de proyectos de inversión, Derecho comercial y tributario, Recursos humanos, Control de gestión y el Núcleo de Cursos Obligatorios dentro del ciclo superior de la carrera. Todos estos cursos sirven de sostén para la construcción de nuevos conocimientos en el presente curso.

La adquisición previa de estos temas le permitirá al alumno abocarse de forma más eficiente a la aplicación de dichos conocimientos y habilidades en un proyecto de negocios o un análisis de negocio estratégico de una empresa en marcha dentro del sector turístico-hotelero.

Aporte específico a la formación profesional

La misión de Taller de Integración es brindar al alumno el conjunto conocimientos y herramientas referentes al diseño, análisis, puesta en marcha y evaluación de proyectos de negocios, con el fin de desarrollar sus competencias como profesionales en la actividad.

Objetivos del curso

- A. Brindar a los alumnos los conceptos básicos y las herramientas para analizar o diseñar modelos de negocios desde un rol de verdaderos profesionales en su industria de actuación.
- B. Crear en el estudiante una mentalidad estratégica y un enfoque flexible en relación con el sector y las organizaciones en las que desarrollará sus actividades.



- C. Incentivar la conversión de los alumnos desde un pensamiento técnico y operativo hacia otro más abarcativo ligado a la incertidumbre y la ambigüedad en el proceso de toma de decisiones.

Metodología de estudio – Modalidad libre

La metodología para aquellos alumnos que deseen o se vean obligados a prepararse dentro de la modalidad "libre" es la siguiente:

- 1) El alumno deberá presentar un Plan de Trabajo al **área de administración** para que se evalúe la validez del mismo como punto de inicio para el proyecto de negocios o análisis de empresa en marcha. En dicho Plan el alumno deberá especificar el tema que constituirá el objeto de su proyecto o análisis, detallando las razones por la cuales considera importante su abordaje y las actividades y temáticas básicas que desarrollará a lo largo del trabajo.
- 2) Una vez aprobado el Plan de Trabajo el alumno comienza con el mismo , y deberá presentar las correspondientes pre-entregas obligatorias que los **tutores** designados por el área, consideren necesarias antes del examen final.
- 3) Una vez aprobadas las pre-entregas del proyecto o análisis, el alumno podrá presentarse a la mesa de examen final en la cual deberá realizar la correspondiente exposición y defensa de su proyecto o análisis de negocios. En la misma deberá demostrar sus conocimientos acerca de los contenidos que se presentan en el presente programa (Módulos A, B y C).

A lo largo de todo el proceso comprendido por estas tres etapas básicas el alumno podrá contar con el asesoramiento y el seguimiento de los tutores mencionados.

Sistema de evaluación

La evaluación comprende los siguientes aspectos:

- Presentación en tiempo y forma y aprobación de cada una de las pre-entregas exigidas por los docentes durante la etapa de elaboración del proyecto de negocios o análisis de negocio en marcha.
- Aprobación de la presentación final del proyecto o análisis y su correspondencia con los temas teóricos sobre los contenidos del curso en la mesa de examen final.

Los docentes desarrollarán un seguimiento de cada proyecto de negocios o análisis de negocios en marcha a través del transcurso de las diferentes etapas del mismo, y tomarán en cuenta los siguientes aspectos:

- Grado de asimilación de los conocimientos.
- Capacidad para relacionarlos y aplicarlos al trabajo.
- Profesionalismo del trabajo.
- Originalidad y claridad de las pre-entregas.
- Utilización de un vocabulario técnico correcto.
- Administración del tiempo para la realización del trabajo.



CONTENIDOS TEORICOS DEL CURSOS

MÓDULO A: ESTRATEGIA

- Dirección estratégica.
- Valores organizacionales.
- Visión y misión.
- Análisis y matriz FODA.
- Objetivos y metas.
- Estrategia y ventaja competitiva.
- Estrategias de diferenciación.
- Capacidades centrales.
- Matriz de fuerzas competitivas.
- Matriz de barreras de ingreso y egreso.
- Modelo Cadena de valor.
- Matriz de portafolio.
- Matriz de diversificación.
- Modelo Penta.
- Proceso decisorio del consumidor.
- Matrices de liderazgo y maniobra.
- Matriz actitudinal de la demanda.
- Matriz de culturas organizacionales.
- Matriz de perfiles gerenciales.
- Matriz de energía-foco.
- Matriz de causa-efecto.

Bibliografía obligatoria:

- FASIOLO URLI, C. A.. *Módulo A: El pensamiento estratégico, sus técnicas y herramientas, versión 2005. Disponible en centro de copiado UNQ*
- FASIOLO URLI, C. A. (2003) *Artículo: La competitividad desde los valores. Página web www.winred.com*

Bibliografía electiva:

Las siguientes obras le permitirán al alumno profundizar su estudio en aquellos temas que atraigan su interés o simplemente para reforzar sus conocimientos sobre los mismos:

- HILL, C. Y JONES, G. (1996) *Administración estratégica, un enfoque integrado 3º edición*, Ediciones M^c Graw Hill Interamericana, Colombia. Capítulos 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 y 11.



- PORTER, M. (1991) *Estrategia competitiva*, Editorial Rei-Cecsa, Colombia. Capítulos 1,2,3 y 4.
- LEVY, A. (1998) *Mayonesa, la esencia del marketing*, Editorial Granica, Buenos Aires. Capítulos 1, 12 y 15.
- FASIOLO URLI, C.A.(2005) – *Carpeta del seminario de microemprendimientos* – U.V.Q.
- FASIOLO URLI, C.A. y otros – (2006) – *Emprender el camino* – Editorial Buyatti – Bs.As.

MÓDULO B: ESTRUCTURAS

ESTRUCTURA JURÍDICA:

- Tipología societaria.
- Objeto y Contrato social.
- Trámites de constitución, inscripción y puesta en marcha de la sociedad.
- Propiedad intelectual.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA:

- Diseño de la estructura: organigramas.
- Descripción y análisis de puestos: manuales de organización.
- Circuitos administrativos: cursogramas y manuales de procedimientos.

ESTRUCTURA COMERCIAL:

- Investigación de mercado: análisis de la competencia y de la demanda.
- Segmentación y selección del mercado meta.
- Estrategia de posicionamiento de la marca.
- Mezcla de marketing:
 - > Decisiones sobre el producto y servicio.
 - > Decisiones sobre logística (plaza, canales de distribución, etc.).
 - > Decisiones sobre la impulsión (publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas y fuerza de ventas).
 - > Decisiones sobre el precio (análisis de precios de competidores, selección del método de fijación de precios, precios de mezclas y productos y promociones).
- Planes de acciones y presupuestos de marketing.

Bibliografía obligatoria:

- FASIOLO URLI, C. *Módulo B: Estructuras del negocio, versión 2005*. Disponible en centro de copiado UNQ
- LEY 19.550 de *Sociedades Comerciales*.

Bibliografía electiva:

