

Quilmes, Octubre de 1992.-

UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES.

ASIGNATURA: TURISMO Y ECONOMIA.

CARRERA: TECNICO SUPERIOR EN HOTELERIA.

DOCENTE A CARGO: LIC. ALBERTO HANSEN

REGIMEN DE CURSADA: CUATRIMESTRAL

CARGA HORARIA SEMANAL: CUATRO HORAS

#### OBJETIVOS GENERALES

Impulsar a que el alumno, futuro profesional en Hotelería, advierta las interacciones entre la Actividad Turística y la Hotelería, ambas estrechamente vinculadas en tanto y en cuanto la primera es la encargada de movilizar al viajero potencial permitiendo el uso y disfrute de las instalaciones hoteleras.

#### OBJETIVOS ESPECIFICOS

Se hace indispensable conocer la importancia de la Planificación en materia turística y en forma vinculante a la Urbanización, puesto que ambas y en estrecha relación posibilitarán el desarrollo de un nuevo Centro Turístico o el mejoramiento de uno ya existente.

Es importante que el alumno adquiera conceptos acerca de como debe encararse la comercialización y venta de productos tangibles e intangibles, el producto turístico forma parte de este complejo mundo, de ese modo logra una mayor confianza en si mismo y la seguridad de llevar a buen resultado una acción de venta.

Observar la integración de las Relaciones Públicas y su importancia en el mundo actual permanentemente mutable, tan estrechamente ligadas con la futura profesión; ésta abarca a la Sociología, Psicología, Relaciones Humanas y a otras ciencias que tienen que ver con el crecimiento y desarrollo humano.

Alcances en materia legal al interpretar el Convenio firmado entre los establecimientos Hoteleros (A.I.H.) y las Empresas de Turismo (FUAAV), éstas últimas responsables de la comercialización hotelera especialmente en época de vacaciones.

Conocer la importancia de la Publicidad, actividad fundamental y ligada indisolublemente a Hotelería, Viajes y Turismo, su diferencia con la Propaganda y la incidencia de ambas en la toma de decisiones de las personas.

Identificar la Oferta Turística y estudiar a la Demanda y sus permanentes cambios sin causa aparente.

Los Medios de Transporte, cuyo desarrollo han gravitado inquestionablemente y sobre todo en este siglo en el crecimiento de la Industria Hotelera y Turística.

Concluimos con el Folklore y su importancia en el desarrollo global del turismo.~

## UNIDADES TEMÁTICAS

### UNIDAD I:

Turismo: Origen del Vocablo. Su Historia: Evolución del concepto. Factores que condicionan al Turismo. Clasificación. El Turismo y la integración del Estado. Organismos Nacionales e Internacionales. Definición del término turismo. Motivaciones. Corrientes Turísticas. Factores Positivos y Negativos del Turismo.

### UNIDAD II:

Agencias de Viajes: Clasificación. Viajes a "forfait". Clases de Turismo. Funciones de cada una de la Empresas que conforman al Turismo. Convención A.I.H./FUAAV. Planificación Turística. Esquema ideal de una Planificación Turística. Inventario de Recursos Turísticos. Predicción del Coste/Beneficio. PERT.

### UNIDAD III:

Urbanismo. Problemas del Urbanismo Turístico. Ordenación de Playas. Ordenación de Estaciones de Montaña. La Política en la Planificación Turística. El Equipo Receptor: Tipos de Alojamiento. La Demanda Turística: Característica de la Demanda. Oferta Turística. Técnica de Ventas: Conocimiento del Producto.

### UNIDAD IV:

Relaciones Públicas: ¿Qué són? - Origen. Teoría de la Organización Pública. Leyes. Relaciones Públicas en una Organización Como se organiza la función de las Relaciones Públicas. Objetivos. - Planificación y Organización de las Relaciones Públicas. Técnica de Ventas: Etapa Informativa.

### UNIDAD V:

Relaciones Públicas, Publicidad y Propaganda. Objetivos y Acción de la Publicidad. Medios que se utilizan en Relaciones Públicas. Turismo y Economía: Contribución Económica del Turismo. El Turismo en el contexto Económico Internacional. Técnica de Ventas: Segunda Etapa: La Atención.

UNIDAD VI:

Política de Promoción Turística: La Información.  
Política y Turismo. Estadística Turística: Teorometría.  
Mercadotécnica del Turismo.  
Técnica de Ventas: Tercera Etapa: El Interés.

UNIDAD VII:

El Seguro y el Turismo. Concepto. Seguro de Asistencia al Viajero.  
Pasaportes. - Visado.  
Medios de Transporte: Turismo Aéreo: Cabotaje, Nacional e Internacional. Guía Internacional de Tráfico. Eurilpass.  
Marketing.  
Técnica de Ventas: Cuarta Etapa: La Convicción.

UNIDAD VIII:

Organización Turística Internacional.  
Sistemas y Subsistemas Turísticos: Características y Diferencias. Componentes de la Oferta Turística.  
La Conquista del Mercado Turístico: La Información.  
Turismo Social. Turismo en el siglo XX.  
Técnica de Ventas: Quinta Etapa: El Deseo.

UNIDAD IX:

Turismo Fluvial y Marítimo.  
Comercialización de un tipo especial de Viaje: EL CRUCERO.  
Técnica de Ventas: Sexta Etapa: El Remate.

UNIDAD X:

Turismo y Folklore: Concepto.  
Núcleos Receptores. - Ferias y Exposiciones.  
Técnica de Ventas: Conclusiones Finales.

BIBLIOGRAFIA DELIGADRIA

- Teoría y Técnica del Turismo - Tomo I y II  
Luis Fernández Fuster (Editorial Mundo Científico)
- Manual de Relaciones Públicas.  
Fernando M. Fernández Escalante. (Editorial Macchi).
- Teoría de la Administración de las Organizaciones.  
Solana-Pionovi (Editorial Contabilidad Moderna).

BIBLIOGRAFIA GENERAL Y DE CONSULTA

- El Turismo en la República Argentina. - Documento de Trabajo de la Secretaría de Turismo.
- La Propaganda Política - Jean Marie Domenach (Editorial EUDESA/LECTORES)
- El Aparato Circulatorio de la Organización Moderna A. Fresco (Editorial Macchi).

REQUISITOS PARA LA APROBACION DE LA MATERIA CURSADA

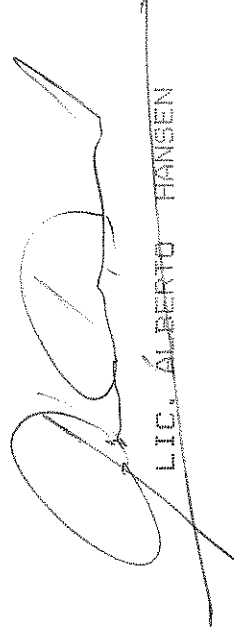
El Alumno debe aprobar dos Parciales y un Trabajo Práctico, de ese modo no Rinde Exámen Final.

EVALUACION

Siete (7).

METODOLOGIA PARA EL DICIADO DE LA ASIGNATURA

Curso Teórico/Práctico.

  
LIC. ALBERTO HANSEN