

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES**  
**Diplomatura en Ciencias Sociales**

**Area: Administración**

**Nucleo: Cursos orientados a Carrera de Administración Hotelera**

**Curso**

# **INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD**

**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA**

**Cátedra**

**Arq. LUIS ALBERTO GRÜNEWALD**  
**Lic. en Turismo MARIELA WAGNER**

**CICLO LECTIVO 2000**



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

**Diplomatura en Ciencias Sociales**

**Area: Administración**

**Núcleo: Cursos orientados a Carrera de Administración Hotelera**

Curso

## **INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD**

Carga horaria:

**Cinco (5) horas semanales durante un (1) semestre**

**Curso 1: Día martes y jueves de 18.00 a 20.30 hs.**

**Curso 2: Día martes y jueves 8.00 a 10.30 hs.**

Inicio de actividades: 7 de marzo de 2000

Finalización de actividades: 6 de julio de 2000

Cátedra

Titular

**Arq. LUIS ALBERTO GRÜNEWALD**

Profesor Adjunto

**Lic. en Turismo MARIELA WAGNER**

Ubicación de la asignatura:

**Corresponde a los Cursos orientados a  
la Carrera de Administración Hotelera dentro del  
Ciclo de la Diplomatura en Ciencias Sociales.**

Tipo de asignatura:

**Teórico-práctica**

Objetivos

La asignatura **INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD** tiene como objetivo el análisis integral de la oferta de un destino para el hombre durante el tiempo libre, principalmente orientado al turismo y la recreación. Dicha oferta debe responder desde la óptica funcional y psicológica a un conjunto de conductas estadísticamente dominantes que tiene el hombre durante el tiempo libre; a fin de obtener la mejor calidad de vida para el residente y la plena satisfacción del visitante -turista o excursionista- de un destino.

## Metodología General Educativa



El dictado de la asignatura estará estructurado en base a la siguiente modalidad:

1- Clases teóricas expositivas.

2- Trabajos de gabinete coordinados por la cátedra que en base a premisas o hipótesis de trabajo elaborará trabajos de investigación que llevarán al posterior debate conjunto de las conclusiones del mismo.

3- Invitación a especialistas que desarrollarán distintos temas del programa analítico de la asignatura.

### EVALUACION

1- El cursado del ciclo lectivo 2000 será aprobada con:

1.1 La presentación y aprobación de un informe técnico junto a la exposición y discusión conjunta de un estudio sobre temas relacionados a la Industria de la Hospitalidad.

*Presentación:*

*a/ carpeta tamaño carta, procesador de textos Word o Page Maker*

*b/ disquete 3 1/2 procesador de textos Word o Page Maker.*

1.2 Una evaluación parcial con recuperatorio en fecha a designar durante el ciclo lectivo.

2- La materia será aprobada por medio de un EXAMEN FINAL oral en fecha a designar por el Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad de Quilmes.

### HORARIO DE CONSULTA

El cuerpo docente estará a disposición del alumno para las consultas pertinentes los días:

**Curso 1: Día martes y jueves de 17.30 a 18.30 hs.**

**Curso 2: Día martes y jueves 10.30 a 11.30 hs.**



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES**  
**Diplomatura en Ciencias Sociales**

**Area: Administración**

**Núcleo: Cursos orientados a Carrera de Administración Hotelera**

**Asignatura**

**INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD**

**OBJETIVOS**

La asignatura **INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD** tiene como objetivo el análisis integral de la oferta de un destino para el hombre durante el tiempo libre, principalmente orientado al turismo y la recreación.

Dicha oferta debe responder desde la óptica funcional y psicológica a un conjunto de conductas estadísticamente dominantes que tiene el hombre durante el tiempo libre; a fin de obtener la mejor calidad de vida para el residente y la plena satisfacción del visitante -turista o excursionista- de un destino.

El objetivo pedagógico de la Catedra de **INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD** es desarrollar un proceso de enseñanza-aprendizaje que permita conocer esta temática particular en el campo de la actividad turística en función de un pensamiento teórico, abstracto y de reflexión estratégica.

A partir de que investigaciones recientes muestran que la evolución del mercado de trabajo tiende hacia la generación de una demanda de profesionales que posean una sólida formación general y flexible. Los principales puntos a considerar para la formación de estos profesionales son:

- CAPACIDAD DE PENSAMIENTO TEORICO Y ABSTRACTO.
- LA POSIBILIDAD DE PENSAR ESTRATEGICAMENTE, PLANIFICAR Y RESPONDER CREATIVAMENTE A SITUACIONES NUEVAS.
- LA POSESION DE UNA COMPRESION GLOBAL DEL PROCESO TECNOLÓGICO FORTALECIDA POR UNA SOLIDA FORMACION LOGICO-MATEMATICA E INFORMATICA.



- AUTONOMIA EN LA TOMA DE DECISIONES Y DISCIPLINA  
EN EL TRABAJO.

El proceso de cambio tan acelerado que observamos hoy nos lleva a revalorizar para el alumno, futuro profesional, la necesidad de una capacitación general abstracta y abarcativa; capacitación que requiere un proceso de aprendizaje continuo y de adaptación al cambio. Este proceso de EDUCACION PERMANENTE debe ser concebida como una necesidad para todos aquellos que no quieran quedar relegados del actual mercado de trabajo.

**OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA ASIGNATURA**

Establecer los conceptos básicos e integrales de la Industria de la hospitalidad en el tiempo libre del hombre destinado al turismo y la recreación.

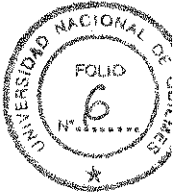
Conocer los conceptos teóricos e históricos del tiempo libre destinado al turismo y la recreación.

Analizar los distintos modelos de desarrollo turístico en nuestro país.

Analizar desde un punto de vista interdisciplinario las teorías, métodos y técnicas para un conocimiento integral de la industria de la hospitalidad.

Analizar las distintas técnicas para una mejora en la calidad de la oferta turística y recreativa, de los elementos que lo componen y de las relaciones que entre ellos se generan a fin de poder identificar, formular y evaluar proyectos de desarrollo.

Interiorizar al educando en el conjunto de instituciones relacionadas con el turismo y la recreación.



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Diplomatura en Ciencias Sociales

Núcleo de Cursos orientados a Carrera

Asignatura

## INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

Cátedra

**LUIS ALBERTO GRUNEWALD**

CONSULTOR EN COMUNICACION Y DESARROLLO TURISTICO.  
MIEMBRO DE LA ASSOCIATION INTERNATIONALE D'EXPERTS  
SCIENTIFIQUES DU TOURISME -AIEST-.  
DIRECTOR DE LA CONSULTORA *BARROSO, GRÜNEWALD & ASOCIADOS*.  
COORDINADOR DEL SISTEMA EDUCATIVO-INFORMATIVO DEL CONSEJO FEDERAL DE TURISMO  
DIRECTOR DEL GRUPO DE ESTUDIO "DEMANDA TURISTICA: MOTIVACIONES Y TENDENCIAS",  
DEPTO DE POSGRADO UNIVERSIDAD DEL SALVADOR.  
INSTRUCTOR DE LA SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACION.

**MARIELA WAGNER**

LICENCIADA EN TURISMO  
PROFESORA DE INTRODUCCION AL TURISMO DE LA ESCUELA DE TURISMO DE  
LA UNIVERSIDAD DEL SALVADOR  
INVESTIGADORA SOBRE CALIDAD EN LA ACTIVIDAD TURISTICA  
MIEMBRO DEL GRUPO DE ESTUDIO "DEMANDA TURISTICA: MOTIVACIONES Y TENDENCIAS",  
DEPTO DE POSGRADO UNIVERSIDAD DEL SALVADOR.  
Participo entre otros trabajos en el PLAN DE DESARROLLO TURISTICO Y RECREATIVO  
del Municipio de LUJAN y en los estudios cualitativos de  
la FERIA INTERNACIONAL DE TURISMO LATINOAMERICANA '98

**Contenidos temáticos y bibliografía**

**PROGRAMA ANALITICO AÑO 2000**



## MODULO 1

# EL TIEMPO LIBRE DEL HOMBRE

### CONCEPTOS INTRODUCTORIOS

- 1.1 Industria de la Hospitalidad: encuadre teórico y lingüístico.
- 1.2 Hospitalidad y tiempo libre. Precisiones conceptuales. Componentes y características principales.
- 1.3 Tiempo libre destinado al Turismo y la Recreación: encuadre teórico y lingüístico.
- 1.4 Fenómeno, industria y actividad turística. Definiciones e interrelaciones.
- 1.5 Consecuencia del turismo desde la óptica económica, política, social, cultural, ambiental y psicológica.
- 1.6 Actividad, consecuencia y ponderación del turismo: interrelaciones conceptuales.

### BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT- 1ª Edición, 1998. Autores varios. Unidad 2: Turismo: concepto y definiciones.
- **La actividad turística: definición y evolución** - Luis A. Grünewald Texto de cátedra.
- **Variables de éxito en el turismo** - Luis A. Grünewald Texto de cátedra.

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT- 1ª Edición, 1998. Autores varios. Unidad 11; Impactos económicos de turismo / Unidad 12: Impactos socioculturales del turismo / Unidad 13: Impactos medioambientales del turismo / Unidad 14: Turismo Sustentable.

## MODULO 2

# LA DEMANDA TURISTICA

### DEMANDA TURISTICA: Motivaciones y tendencias.

- 2.1 La demanda turística: **motivaciones y tendencias**. Precisiones conceptuales
- 2.2 **Motivaciones personales y sociales** durante el desarrollo de actividades turísticas.
- 2.3 **Necesidades, deseos, valores y beneficios**. Relación entre estas variables
- 2.4 **Hábitos y costumbres** de la demanda actual.
- 2.5 **Pautas principales** en la elección de un destino y un prestador de servicios.



#### BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT- 1ª Edición, 1998. Autores varios. Unidad 3: concepto y tipologías de la demanda turística.
- **DEMANDA TURÍSTICA: El valor psicológico de las vacaciones.** Autor: LUIS GRÜNEWALD. Documentos de Turismo N° 2. UNIVERSIDAD DEL SALVADOR / SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACION. 1998-
- **DEMANDA TURÍSTICA.** Autor: LUIS GRÜNEWALD- SILVIA DI SANTO . Documentos de Turismo N° 1. UNIVERSIDAD DEL SALVADOR / SECRETARIA DE TURISMO DE LA NACION. 1997-

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- **Accesibilidad.** Terminología. Comisión nacional Asesora para la Integración de Personas con Discapacidad.

### MODULO 3

## LA ACTIVIDAD TURISTICA

### 3.1 EL MERCADO TURISTICO

3.1.1 **Factores claves para un posicionamiento en el mercado:** Marketing, competitividad, posicionamiento y calidad de servicios: interrelación conceptual de estas variables.

3.1.2 **Características del mercado turístico y recreativo.** El mercado nacional e internacional. Estadísticas cuantitativas y cualitativas.

3.1.3 **La oferta de la Industria de la Hospitalidad.** Alojamiento, gastronomía, recreación, servicios complementarios y el transporte.

### 3.2 MARCO CONCEPTUAL E HISTORICO DEL TURISMO.

3.2.1 Análisis teórico e histórico de la evolución del turismo.

#### BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT- 1ª Edición, 1998. Autores varios. Unidad 15: Introducción al marketing en la industria del turismo
- **Política, marketing, competitividad, posicionamiento, planificación y control de gestión en la actividad turística** - Luis A. Grünwald Texto de cátedra.
- **Marco conceptual e histórico del turismo** - Luis A. Grünwald Texto de cátedra.
- **El turismo en cifras 1990-98.** Secretaría de Turismo de la Nación.
- **Uno por uno: el marketing del siglo XXI.** Don Peppers y Martha Rogers
- **La nueva era de la estrategia.** Michael Porter
- **Competencia en la era interactiva.** Don Peppers





## BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT- 1\* Edición, 1998. Autores varios. Unidad 1: El turismo como actividad económica / Unidad 4: Oferta turística / Unidad 5: Transporte /

### MODULO 4

## LA RELACION CALIDAD - PRECIO

### 4.1 NEGOCIOS

- 4.1.1 **Gestión de Negocios:** Definición, encuadre teórico y lingüístico.
- 4.1.2 La estructura lógica del negocio. Diferenciación, especialización.

### 4.2 CALIDAD DE LOS SERVICIOS

- 4.2.1 La relación conceptual entre **calidad, competitividad, posicionamiento y marketing** para el empresario turístico.
- 4.2.2 El "**valor**" relacionado a la calidad y el precio. Pautas de calidad en el servicio.
- 4.2.3 **La satisfacción de la demanda** como eje de la competitividad.
- 4.2.4 El comportamiento ante **la insatisfacción por los servicios recibidos.**
- 4.2.5 **Factores comparativos y competitivos** desde la calidad y el precio.
- 4.2.6 **Estudio de casos.**

### 4.3 PRECIO

- 4.3.1 **La investigación del mercado.** Características generales de la variable precios
- 4.3.2 **Variables de competitividad** de la empresa de servicios en el mercado a partir de los precios.
- 4.3.3 **La relación calidad-precio.**

### 4.4 ESTUDIO DE MERCADO

- 4.4.1 **La investigación del mercado.** Procesos de investigación.
- 4.4.2 **Pautas metodológicas** para la realización de un estudio de mercado.
- 4.4.3 **Estudios de casos:** Productos principales, sustitutos y complementarios.

## BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT- 1\* Edición, 1998. Autores varios. Unidad 18: Gestión de la Calidad en la Industria del Turismo.
- **Marketing y calidad turística** Autor: Marcelo Barrios, Mariela Wagner, Luis Grünewald.
- **Turismo para todos: Pautas de calidad de atención para personas con capacidades restringidas.** Rafael Sanjuanbenito, Liliana Pantano, Silvia DiSanto, Luis Grünewald. Secretaria de turismo de la Nación. 2000





### 6.1.2 Estudio de casos: **Plan de Negocios**

## **6.2 PAUTAS PARA LA COMERCIALIZACION**

5.2.1 **Las pautas actuales de la comercialización turística.** Precisiones conceptuales.

6.2.2 **El mercado de consumo.** Comportamientos del consumidor. Procesos de decisión de compras.

6.2.3 **Moda y tendencia.** Conceptos e interpretaciones. El consumo material y simbólico a partir de las modas.

6.2.4 **Política de productos turísticos:** El producto imaginario y el producto funcional.

6.2.5 **Estudio de casos.**

## **5.3 PAUTAS PARA LA COMUNICACION**

5.3.1 **Características generales** de la comunicación turística.

5.3.2 **El sistema de comunicación en el mercado.** .

5.3.3 **Marca e imagen** de la actividad turística.

5.3.4 **La comunicación de productos turísticos.** El análisis competitivo y comparativo.

5.3.5 **El impacto de los medios de comunicación en la demanda.** .

5.3.6 **La comunicación, la moda y el consumo con relación a la demanda.**

5.3.7 **Estudio de casos.**

### BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT- 1ª Edición, 1998. Autores varios. Unidad 17: Tecnología de la información en la industria turística / Unidad 16: El marketing mix.

- **Planificación.** Texto de cátedra.

- **Marketing estratégico.** Jean Jacques Lambin. Edit. Mac Graw-Hill. Capítulo 2: las decisiones estratégicas de comunicación.

- **Turismo y Comunicación: bases para una estrategia de comunicación en turismo.** Horacio Diez

- **Publicidad hotelera: estrategias para incrementar la ocupación.** Roberto Avilia.

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- **Fortalezas y debilidades del producto "Sol y Playa" en el corredor de las playas bonaerenses-** Arq. Luis A. Grünwald, 1997. Cámara de Empresarios Hoteleros de Villa Gesell.

- **Estacionalidad, condicionante del turismo-** Antonio Torrejon

- **Hacia la planificación integral del desarrollo turístico.** Consejo Federal de Inversiones.

- **Las 10 reglas de la investigación eficiente.** Peter Drucker



MODULO 7

# LA INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD Y LAS INSTITUCIONES

## 7.1 EL DESARROLLO DEL TIEMPO LIBRE Y LAS INSTITUCIONES

7.1.1 Rol de los sectores públicos y privados en el desarrollo del tiempo libre. Areas de gobierno o privadas que influyen directa e indirectamente en la actividad y en las políticas que se adoptan en el sector.

7.1.2 Organismos e instituciones nacionales e internacionales relacionados con la actividad.

### BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

- **Introducción al turismo** - Organización Mundial de Turismo -OMT- 1\* Edición, 1998. Autores varios. Unidad 8: Necesidad de intervención pública en el mercado turístico / Unidad 20: Principales tendencias actuales en la industria turística.

- **La industria de la Hospitalidad y las instituciones** - Texto de Cátedra



UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

# INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

Trabajo de Investigación Ciclo lectivo 2000 - Primer semestre

Tema:

## CONOCER LAS NECESIDADES, HABITOS Y COSTUMBRES DE LA DEMANDA HOTELERA.

### 1- Objetivo del trabajo:

a/ CONOCER LAS NECESIDADES, HABITOS Y COSTUMBRES DE LA DEMANDA HOTELERA POR SEGMENTOS. Etapa de investigación y diagnóstico.

b/ DEFINIR ESTRATEGIAS PARA AUMENTAR EL GRADO DE SATISFACCIÓN DEL SEGMENTO ASIGNADO DURANTE LA UTILIZACION DE LOS SERVICIOS HOTELEROS. Etapa de Pensamiento estratégico.

A continuación se detallan las características generales del trabajo planteado al curso.

**2- Fundamentos:** Investigaciones recientes muestran que la evolución del mercado de trabajo tiende hacia la generación de una demanda de profesionales que posean una sólida formación general y flexible. Los principales puntos a considerar para la formación de estos profesionales son:

- 1- Capacidad de pensamiento teórico y abstracto.
- 2- La posibilidad de pensar estratégicamente, planificar y responder creativamente a situaciones nuevas.
- 3- La posesión de una comprensión global del proceso tecnológico fortalecido por una sólida formación lógico-matemática e informática.
- 4- Autonomía en la toma de decisiones y disciplina en el trabajo.

A partir de estos objetivos de orden general, se define como objetivo del trabajo de campo y gabinete indagar por segmentos de demanda asignando un segmento de demanda por la cátedra a cada equipo.

### 3- Contenidos generales

Se pretende instruir al educando sobre la base de la participación en el proceso

que hace posible el establecer un conocimiento de esta línea temática, ya que partimos conceptualmente que:

**“...conocer es una cierta relación del hombre con el mundo que lo entorna -natural o cultural- y que:**

*... no es información, si lo fuera, el sólo hecho de asistir a una conferencia o leer un libro nos haría receptores pasivos de conocimiento,*

*... el conocimiento no se trasmite, se transmite únicamente información que es necesario elaborar, analizar y comprender para que cada uno (en su interioridad) sea el productor de su propio conocimiento.*

*... todo conocimiento es relativo y provisorio. Por ejemplo, sabemos que en un tiempo se definía a la tierra como plana, más tarde como una esfera; luego como un geode. Pero el planeta no cambió, el conocimiento que se tenía sobre él.*

**Lo importante es la capacidad de conocer...”.**

Los conocimientos tienen que ser elaborados por el alumno a partir de la estimulación del educador. Debemos analizar las ideas más importantes de esta temática, sistematizadas y con contenidos accesibles al educando según su maduración. Los contenidos deben ser útiles, aplicables a otras situaciones a fin que no se olviden, deben promover la imaginación y la creatividad; y deben ser secuenciales, con un orden horizontal en relación con el resto de los contenidos de la materia, y verticales en relación entre los años de la carrera.

**Los contenidos máximos** deseables son:

a- el conocimiento de las situaciones de conflicto que se presentan

a.1- desde la óptica del desarrollo físico y sectorial.

a.2- desde la óptica de la prestación de los servicios en las distintas áreas de la actividad -alojamiento, gastronomía, recreación, transporte, etc.-,

a.3- un conocimiento particularizado de los hábitos y costumbres de la demanda.

b- las alternativas para modificar estas situaciones de conflicto.

c- que el educando actúe como agente multiplicador en el proceso de toma de conciencia de esta temática.

**Los contenidos mínimos exigibles** son:

a- un dominio de los conceptos y la terminología relacionados a la temática.

**4- Etapas del trabajo:** la cátedra establece como parte del proceso educativo las siguientes etapas con relación al trabajo de investigación:

4.1 INVESTIGACION. Corresponde a una de las etapas más importantes del proceso y corresponde al inventario y análisis de la información para la instrumentación de las futuras líneas de acción. En esta etapa una vez fijados los alcances de la investigación, se formularán las hipótesis a verificar que permitirán orientarnos en la búsqueda de la información. Esto nos lleva a plantear la selección de la técnica más conveniente para la verificación de las hipótesis planteadas y permitirá lograr este objetivo la utilización de distintas variables de la actividad turística en relación al segmento de demanda hotelera.

4.2- DIAGNOSTICO. Esta etapa considera las conclusiones del análisis que interrelaciona las distintas variables de tal manera que permita el conocimiento de todos los aspectos estructurales y coyunturales para el desarrollo del tema de investigación. El diagnóstico para ser tal debe ser intencionado ya que no es sólo la mera descripción de los hechos, sino la explicitación de las causas que origina los mismos. De esta etapa comienza a emerger la filosofía que permite la elaboración de una estrategia competitiva ya que permite distinguir claramente una diferencia básica de los objetivos propuestos: el futuro deseable y el futuro posible que nos da la realidad.

Se plantea en esta etapa definir:

- Detección de los distintos subsegmentos existentes en cada segmento.
- Elección de uno o más subsegmentos a analizar.
- Definición de las necesidades, hábitos y costumbres del o los segmentos elegidos.
- Establecer por cada grupo la estrategia de obtención de la información (informadores especializados -hoteles, agencias de viajes, FIT, instituciones, etc.-, publicaciones técnicas, estudios estadísticos, motivacionales, otros.).

Es importante en esta etapa la forma de solución práctica para la obtención de la información del tema a desarrollar por parte del equipo.

**Nota: La cátedra esta a disposición de los alumnos todos los días martes y jueves para aclarar dudas y orientar el trabajo.**

4.3- PENSAMIENTO ESTRATEGICO. Concepto cuya base es fundamentalmente el CONOCIMIENTO, con una visión prospectiva integral para la materialización de los objetivos a fin de lograr la satisfacción de la demanda objetivo, basado en la relación de cuatro variables: INVESTIGACION, INTUICION, CREATIVIDAD e INNOVACION.

Se plantea en esta etapa definir:

- Definición de las distintas estrategias para una mejor calidad de atención al segmento en estudio de acuerdo a sus necesidades, hábitos y costumbres.

## 5- ESTRUCTURA OPERATIVA

5.1- La cátedra plantea que el trabajo esta conformado por tres partes: **contenidos, presentación escrita y oral.**

**Contenidos.** Los criterios a evaluar son:

**Originalidad:** evaluar el grado de innovación y los aportes de la investigación desarrollada.

**Organización:** Observar que el trabajo incluya introducción, objetivos, material y métodos, resultados, conclusiones y bibliografía específica utilizada.

**Redacción:** considerar la ortografía, puntuación y sintaxis.

**Presentación escrita:** se define un documento en tamaño carta y se debe citar las fuentes y todos los datos utilizados.

**Exposición oral:** Explicitación al curso en una exposición oral grupal, con las técnicas seleccionadas con libertad por cada equipo del estudio realizado en un plazo de quince minutos.

**5.2- Evaluación final:** la cátedra a fin de motivar al alumno al desarrollo del conocimiento de la temática -uno de los ejes de su futuro desarrollo profesional-, plantea que en caso de aproximarse a los objetivos máximos deseables y presentar características innovadoras en cuanto a su originalidad, organización, contenidos, redacción y exposición; **se seleccionaran tres (3) trabajos** y se orientará su indagación en el examen final a los resultados del trabajo investigado.

***La decisión en la selección de los trabajos sera realizada por la cátedra y su resultado sera inapelable.***

Luis Grünewald, Marzo de 2000.