



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA
BOULEVARD OROÑO 1261 - 2000 ROSARIO - REPÚBLICA ARGENTINA

EXP-UNR: N° 20727/2021 y agr.

Rosario, 05 de octubre de 2021

VISTO: La propuesta de programa, objetivos y sistema de evaluación de la asignatura “Gestión de las Organizaciones Turísticas” de las carreras de Licenciatura en Turismo (Plan 2017), elevada por la Directora de la Escuela de Administración, Cont. Adriana Marcela DAFFUNCHIO y avalado por la Secretaría Académica Atento a que el proyecto presentado se adecua al plan de estudios aprobado por Resolución C.S. n° 925/2017 de fecha 26-09-2017.

Teniendo en cuenta el despacho de la Comisión de Enseñanza.

CONSIDERANDO: Lo establecido en el artículo 23°, inciso b) del Estatuto de la Universidad.

POR ELLO,

EL CONSEJO DIRECTIVO
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ESTADISTICA
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO

RESUELVE:

ARTICULO 1° - Aprobar el programa, objetivos y sistema de evaluación de la asignatura “**GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES TURÍSTICAS**” de la carrera de Licenciatura en Turismo (Plan 2017), y que como Anexo Único forma parte de la presente Resolución.

ARTICULO 2° - Comuníquese, cópiese y archívese.

RESOLUCION N° 30505-C.D.

LIC. ADRIANA P. RACCA
Decana

Pte. Consejo Directivo

JUAN JOSE MESON

Director General de Administración


Es copia
RUBÉN O. GONZÁLEZ
Secretario - Consejo Directivo



Universidad Nacional de Rosario
Facultad de Ciencias Económicas y Estadística

Carrera: Licenciatura en Turismo (Resolución C.S.
N°925/2017)

Asignatura:
GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

Tipo de materia: obligatoria

Ciclo: Superior – Orientación en Administración Turística
(Cuarto año)

Escuela de: Administración

Duración: Cuatrimestral

Carga horaria: 64 horas

Profesora Titular: Cont. Carolina GAZQUEZ



ANEXO ÚNICO

Programa de “**GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES TURÍSTICAS**”

Carrera de: Licenciatura en Turismo (Plan 2017)

Duración: cuatrimestral – carga horaria 64 horas

FUNDAMENTACIÓN

Las organizaciones turísticas están inmersas en entornos competitivos complejos, en el marco de una economía global interconectada, entre otros aspectos gracias a los avances tecnológicos.

En un mundo caracterizado por la volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad, adquiere gran relevancia el desarrollo de organizaciones gestionadas de manera eficiente y eficaz, adaptables y flexibles y especialmente orientadas a las personas.

Por ello, la gestión en las organizaciones de tipo turístico es un elemento central para lograr su sustentabilidad a lo largo del tiempo.

OBJETIVOS

El Programa busca introducir al estudiante en el complejo mundo de las organizaciones, haciendo un especial énfasis en las que, por su actividad, se desarrollan en el sector turístico.

Durante el desarrollo de clases que pretenden un estudiante protagonista en la construcción de saberes colectivos, los alumnos podrán comprender, interpretar, aplicar mediante exposiciones interactivas y participativas, los elementos fundamentales que permiten la creación, consolidación, crecimiento y sustentabilidad de las organizaciones turísticas.

Entre los objetivos de la materia se destacan:

- Comprender la complejidad que atraviesa a las organizaciones
- Interpretar con precisión contextual las distintas tipologías de organizaciones
- Diseñar y estructurar organizaciones a la luz de sus objetivos
- Comprender la importancia la estrategia en la sustentabilidad de las organizaciones
- Analizar el impacto de las organizaciones en los aspectos ambientales y sociales
- Desarrollar competencias y habilidades que permitan un liderazgo efectivo
- Entender la complejidad de las relaciones humanas en el entorno empresarial
- Adquirir herramientas que permitan desplegar la innovación en las organizaciones
- Incorporar el enfoque económico-financiero como un factor fundamental de las decisiones de negocio

CONTENIDO

Unidad I: Organizaciones turísticas

1. Organizaciones y empresas
2. Concepto de empresario. Espíritu empresarial.
3. Los objetivos de la empresa
4. Tipos de empresas
5. Empresas y organizaciones turísticas
6. Las características del servicio turístico
7. Tipos de empresas turísticas
8. Particularidades de las empresas turísticas
9. La empresa turística familiar

Unidad II: la organización turística como sistema

1. La empresa turística como sistema empresarial
2. Subsistemas de la empresa turística
 - 2.1 El subsistema de operaciones
 - 2.2 El subsistema de marketing
 - 2.3 El subsistema financiero
 - 2.4 El subsistema de dirección
 - 2.5 El subsistema de valores: la cultura empresarial



Unidad III: política empresarial

1. La visión estratégica
2. Los objetivos estratégicos: enfoque de los objetivos empresariales.
 - 2.1 La vinculación entre los objetivos empresariales y los Objetivos de Desarrollo Sostenible y Pacto Global.
- 3 Evaluación del ambiente externo de la empresa:
 - 3.1 Análisis del entorno: los siete componentes del macroambiente
 - 3.2 Análisis de la rivalidad competitiva del sector industrial: modelo de M. Porter
4. Estrategias competitivas genéricas
5. Planes operativos. Políticas. Procedimientos. Reglas. Presupuestos. Programas.

Unidad IV: dirección de empresas turísticas

1. Las dificultades de la función de dirección
2. Las personas en las organizaciones turísticas
3. La motivación en la empresa turística.
 - 3.1 Distintas teorías: Maslow. McClellan. Herzberg.
4. Liderazgo y desarrollo de habilidades gerenciales
 - 4.1 Gerenciamiento.
 - 4.2. Liderazgo. Delegación.
 - 4.3 Comunicación.
5. Gestión de conflictos y negociación.

Unidad V: gestión de las personas

1. La planificación de las personas
2. El reclutamiento
3. La selección
4. La integración de personal y construcción de equipos de trabajo.
5. La formación y capacitación del personal
6. La evaluación del rendimiento
7. La promoción y la carrera profesional.

Unidad VI: gestión de la sustentabilidad

1. El concepto de triple valor. Sustentabilidad
2. Empresas B.
3. Ecoturismo. Desarrollo de sectores geográficos
4. Desarrollo sostenible en áreas Rurales y Naturales
5. Turismo Inclusivo
6. Caso de análisis

Unidad VII: Innovación para el Turismo

1. Nociones básicas sobre la innovación. Innovación Disruptiva y el proceso de destrucción creativa.
2. Herramientas y metodologías para la innovación.
3. La experiencia del usuario (UX). El viaje de decisión del consumidor.
4. Diseño estratégico.
5. Realidad aumentada aplicada al turismo.
6. Big Data y Gestión de datos
7. Lean StartUp y Modelo Canvas.

Unidad VIII: Viabilidad en las organizaciones turísticas

- 1.El emprendimiento turístico.
2. Unidades de Negocios y determinación de Resultados
3. Ratios operativos del Turismo
4. Ratios económicos del Turismo
5. Aporte macroeconómico turístico
6. Relación con los distintos actores económicos



CARGA HORARIA

La carga horaria total de 64 horas se estima que el cincuenta por ciento (50%) será destinada a impartir marco teórico y herramientas de planificación; el otro cincuenta por ciento restante (50%), será destinado al seguimiento del desarrollo de las actividades de aplicación práctica.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Se efectuará a través de las siguientes actividades:

1.- Actividades evaluativas implementadas durante el desarrollo de clases:

Se efectuará a través de trabajos grupales que serán evaluados por los docentes a cargo.

Se tomará en cada comisión una prueba parcial, dentro de los horarios normales de clase, durante el transcurso del dictado de las mismas.

Todas estas actividades representarán el treinta por ciento (30%) de la nota definitiva. Dicho porcentaje surgirá de un promedio de las calificaciones obtenidas por cada alumno, debiendo alcanzarse como mínimo el 15% para su aprobación.

Los alumnos que aprueben esta instancia evaluatoria estarán habilitados para pasar a la segunda instancia evaluativa.

Los alumnos que no aprueben estas actividades quedarán como alumnos libres y no podrán acceder al examen integrador.

2.- Examen integrador a realizarse al finalizar el dictado de clases.

-Este examen se tomará en el día y hora fijados de común acuerdo con las autoridades académicas de la Facultad y comprenderá la totalidad del Programa de la asignatura, tanto en sus aspectos teóricos como de aplicación práctica.

-El examen será escrito y común para todas las comisiones. Representará el setenta por ciento (70%) de la nota definitiva.

La nota definitiva estará compuesta por la sumatoria del puntaje obtenido en las dos instancias evaluativas, de conformidad con lo siguiente:

- a) Si la nota definitiva fuese de setenta (70) puntos o más, el alumno promoverá la asignatura.
- b) Si la nota definitiva fuese entre cincuenta y uno (51) y sesenta y nueve (69) puntos, el alumno adquirirá la condición de alumno regular y tendrá la opción de un examen complementario que se tomará en el día y hora que la Facultad establezca. Los alumnos que aprueben esta segunda instancia promoverán la asignatura. Los que no alcancen el puntaje requerido o no se presenten, mantendrán la regularidad por el término que fije la reglamentación respectiva para el Plan de estudios 2003.
- c) Si la nota definitiva fuese cincuenta (50) o menos, el alumno quedará libre.

Los alumnos regulares y libres, para aprobar la asignatura, deberán rendir un examen de una sola instancia, con contenidos teóricos y de aplicación práctica de la totalidad del Programa, que podrá ser escrito y/u oral, en los turnos establecidos por la Facultad.

BIBLIOGRAFÍA

Principal

Unidad I

- CASANUEVA ROCHA, C. y GALLEGO ÁGUEDA, M.A. (2016) *Empresas y organizaciones turísticas*(pp. 15-49). 2º Edición. España: Editorial Pirámide.

Unidad II

- CASANUEVA ROCHA, C. y GALLEGO ÁGUEDA, M.A. (2016) *Empresas y organizaciones turísticas* (pp. 55-90). 2º Edición. España: Editorial Pirámide.

Unidad III

- TOMPSHON A., PETERAF M.A., GAMBLE J.E., STRICKLAND III A. J. (2012) *Administración Estratégica, Teoría y Casos*(pp. 22-33; 48-84; 130-157). 18º Edición. México: Editorial Mc Graw Hill.

- CASANUEVA ROCHA, C. y GALLEGO ÁGUEDA, M.A. (2016) Dirección y organización de empresas turísticas (pp. 70-73). 2º Edición. España: Editorial Pirámide.

- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS. *Objetivos de desarrollo sostenible*. Recuperado de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>



Unidad IV

- CASANUEVA ROCHA, C. y GALLEGO ÁGUEDA, M.A. (2016) *Dirección y organización de empresas turísticas* (pp. 85-112). 2º Edición. España: Editorial Pirámide.
- ASTARLOA, L.M; BATALLER, R.; BERDIÑAS, L.; BOCCHI, G.; CUCCHI, D; GIOLO, R.; GNAZZO, L.; RABOUIN, R.; REVAH, J.L.; TOMAS, V. (2008) *Habilidades directivas para un nuevo management* (pp. 5-32;209-234; 239-255). 1º edición. Argentina: Editorial Pearson

Unidad V

- CASANUEVA ROCHA, C. y GALLEGO ÁGUEDA, M.A. (2016) *Dirección y organización de empresas turísticas* (pp. 117-124). 2º Edición. España: Editorial Pirámide.
- DOLAN, S.L; VALLE CABRERA, R.; JACKSON, S.; SCHULER, R.S. (2007) *La gestión de los recursos humanos, Cómo atraer, retener y desarrollar con éxito el capital humano en tiempos de transformación*(pp. 107.202). 3º Edición. España: McGRAW-HILL
- CHIAVENATO, I. *Administración de recursos humanos: el capital humano en las organizaciones* (pp. 111.190). 8º Edición. México: Editorial McGRAW-HILL

Unidad VI

- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y., BERNARDA, G., SMITH, A. (2015) *Diseñando la propuesta de valor*. España: Editorial Deusto
- OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y.(2011) *Generación de modelos de negocio*. España: Editorial Deusto
- SCHUMPETER, J.A. (1996) *Capitalismo, socialismo y democracia (Tomo I)*. España, Ediciones Folio.
- BROWN T. (2020) *Diseñar el cambio, como el thinking puede transformar las organizaciones e inspirar la innovación* (pp. 20-57). España: Ediciones Urano.
- MCKINSEY, *El viaje de decisión del consumidor*. Extraído de <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-consumer-decision-journey>
- ROBBINS, S.P y COULTER M. (2014) *Administración*. (pp. 128-148). 12º Edición. México: Editorial Pearson

Unidad VII

- SHEPERD, C.D; AHMED, PERVAIZ K.; RAMOS Leticia; RAMOS, Claudia (2012) *Administración de la innovación* (pp. 3-23). México: Editorial Pearson
- FIGUEROLA PALOMO MANUEL; MARTIN DUQUE, Clara (2019) *Modelos de gestión e innovación en turismo*. España: Editorial Civitas.

Unidad VIII

- URLI FASIOLO Carlos Alberto; ALBARELLOS Aldo Francisco; BONIFATI Pablo Martín; FASIOLO Valería Analía(2013) *Estrategia y gestión de emprendimientos hoteleros*. Argentina: Editorial Buyatti.
- DELGADO MARSANO José (2013)*El Análisis Financiero y su Importancia en la Gestión de Empresas Turísticas*. Perú. Editorial Pacífico.

Complementaria

- GARCÍA ISA, I. (2018) *Organización de empresas turísticas*. 1º Edición. España: Editorial Síntesis.
- SANCHO PÉREZ, A. [ed.] (1998) *Introducción al turismo*. España: Organización Mundial del Turismo
- ALLES, M. (2014) *La marca recursos Humanos: Cómo lograr prestigio dentro de la organización*. 1º Edición. Argentina: Ediciones Granica

RESOLUCION N° 30505-C.D.

LIC. ADRIANA P. RACCA
Decana
Pte. Consejo Directivo
JUAN JOSE MESON
Director General de Administración


Es copia
RUBÉN O. GONZÁLEZ
Secretario - Consejo Directivo