

PROGRAMA			
I.- DATOS GENERALES			
Nombre del curso:	Gerencia de Empresas del Sector Turístico		
Código del curso:	FACE 80XXX	Clasificación Asignatura:	TA-8
Número de Unidades Crédito:	4	Horas de acompañamiento docente (Teoría):	1
Coordinación Académica:	Cátedras Comunes - FACES	Horas de acompañamiento docente (Práctica):	2
Escuela:	Escuela de Administración y Contaduría (ADCO) Escuela de Ciencias Sociales (CISO) Escuela de Economía (ECOM)	Horas de acompañamiento docente (Laboratorio):	N/A
Facultad	Ciencias Económicas y Sociales	Horas de Preparaduría:	N/A
Tipo de Evaluación:	Continua	Horas de trabajo independiente recomendado al estudiante:	4
Modalidad :	Presencial	Pre-requisitos:	
Tipo de Asignatura:	Electiva	Régimen de Estudios:	Semestral
Ubicación de la asignatura:	7mo semestre	Fecha de Aprobación Consejo de Facultad:	Julio 2018

II.- JUSTIFICACIÓN

La gerencia táctica, operativa y estratégica permite a la actividad turística un monitoreo permanente de las acciones y las circunstancias actuales de incertidumbre en que se desenvuelven las organizaciones y empresas prestadoras de servicios turísticas, permitiendo, en el momento oportuno, los ajustes necesarios hacia una visión compartida y acorde con las tendencias mundiales del turismo. En este contexto, la asignatura busca que el profesional desarrolle competencia en gerencia, gestión y control del negocio turismo además de desarrollar su pensamiento estratégico que lo disponga a los cambios del entorno, así como también a proponer y desarrollar, con responsabilidad y ética, las estrategias que el sector productivo y las organizaciones del turismo han definido para múltiples entornos que asumen la actividad como actor protagónico del crecimiento y el desarrollo humano. Esta electiva aborda conceptos fundamentales de Micro y Macroeconomía. Análisis Estadísticos. Aspectos conceptuales de marketing, gerencia y administración y los componentes necesarios para el desarrollo de la actividad turística.

III.- CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS

Competencias Generales:

CG1: Aprender a Aprender con Calidad:

Utiliza estrategias de forma autónoma para incorporar e incrementar conocimientos, habilidades y destrezas en el contexto de los avances científicos y culturales requeridos para un ejercicio profesional globalmente competitivo.

Unidad de Competencia	Criterios de desempeño
1.1. Abstrae, analiza, y sintetiza información. Descompone en partes, identifica factores comunes y resume lo realizado, en situaciones que requieran manejar información.	2. Descompone, identifica, clasifica y jerarquiza elementos comunes. 4. Integra los elementos de forma coherente
1.4. Incorpora Conocimientos y se actualiza	1. Establece sus propios objetivos de

<p>permanentemente. Busca y comparte información útil, capitaliza la experiencia de otros y la propia y se prepara de manera continua y evolutiva para afrontar nuevas tareas</p>	<p>aprendizaje. 3. Adopta y adapta sus estrategias de aprendizaje de manera autónoma en cada situación. 5. Integra y transfiere conocimientos entre distintos modelos y teorías en una síntesis personal y creativa que responde a las necesidades profesionales.</p>
<p>CG3: Aprender a trabajar con el otro: Interactúa con otros en situaciones diversas y complejas para alcanzar objetivos comunes, en un entorno donde el equilibrio de los roles: colaborador o líder y la fluidez comunicativa procuran resultados beneficiosos para todos.</p>	
<p>Unidad de Competencia</p>	<p>Criterios de desempeño</p>
<p>3.2. Motiva y conduce a otros hacia metas comunes. Promueve el interés, la participación y orienta el esfuerzo de otros en el logro de metas comunes</p>	<p>1. Identifica claramente objetivos, metas y propósitos comunes. 3. Promueve la construcción conjunta de planes y estrategias para el logro de las metas.</p>
<p>3.3. Toma decisiones efectivas para resolver problemas: Aplica un proceso sistemático de toma de decisiones para elegir la mejor alternativa en la resolución de problemas en beneficio propio y de los otros.</p>	<p>5. Promueve los cambios necesarios para asegurar la calidad de los resultados en el tiempo.</p>
<p>3.4. Actúa eficazmente en nuevas situaciones. Utiliza recursos, medios y estrategias idóneas para responder a nuevas situaciones de modo adaptativo y valora las consecuencias de su acción para sí mismo y para el otro.</p>	<p>1. Identifica los cambios que ocurren en su entorno 2. Analiza las demandas y los recursos disponibles para afrontar la nueva situación 5. Valora el impacto de su acción en sí mismo y en otros</p>
<p>3.8. Actúa creativamente ante diversas situaciones</p>	<p>1. Identifica, personal o colectivamente, situaciones que requieren soluciones creativas 2. Propone opciones novedosas de solución</p>
<p>4G. Aprender a interactuar en el contexto global: Actúa y se integra a los escenarios globales mediante el dominio de otros idiomas y de las tecnologías de la información y comunicación, esenciales para su interacción en el escenario global.</p>	
<p>4.2. Maneja adecuadamente las tecnologías de información y comunicación. Utiliza con destreza equipos y aplicaciones tecnológicas de comunicación e información para interactuar con otros en el contexto global</p>	<p>1. Emplea recursos de internet como herramienta comunicacional 2. Gestiona adecuadamente los programas y aplicaciones de uso frecuente</p>
<p>Competencias Profesionales: 3PE.- GESTIONA LAS OPERACIONES: Diseña y evalúa la estructura operativa y organizacional más adecuada a la naturaleza del negocio y al volumen de operaciones</p>	

Unidad de Competencia	Criterios de desempeño
3.1. Identifica las interacciones funcionales de la organización. Describe los distintos flujos y procesos organizacionales.	2. Determina la estructura adecuada a la realidad externa y a los procesos de negocio. 4. Considera el sistema normativo vigente aplicable a la organización.
3.2. Diseña y maneja un sistema logístico integral. Diseña e implementa una estructura que permita optimizar el valor de la organización.	1. Diseña la cadena de suministros para la organización 2. Determina la red de distribución óptima que genere mayor valor para la organización y sus clientes

IV.- UNIDADES TEMÁTICAS	
UNIDAD I Introducción al turismo como sector de la economía. La Empresa en la Actividad Turística.	1.1. Definiciones de empresas, administración, turismo, empresas turísticas, servicio turístico, producto turístico. 1.2.- Tipología del turismo y sus servicios. 1.3.- Áreas funcionales de la empresa turística. 1.4.- La empresa turística en el desarrollo económico
UNIDAD II El Proceso Administrativo, exigencias del cambio cultural en las Empresas Turísticas	2.1.- Modelos administrativos para empresas de ocio 2.2.- La voz del cliente, una manera de acercarse al mercado meta 2.3.- Producto e innovación 2.4.- La dinámica del mercado y el liderazgo en la empresa
UNIDAD III Desarrollo de estrategias en el empresario turístico actual	3.1. Exigencias del cambio cultural en las empresas. 3.2.- El valor del capital humano y su influencia en la generación y prestación del servicio/producto. 3.3.- La empresa, el servicio y las expectativas del cliente.
UNIDAD IV Gestión del contacto con el cliente, tecnología y calidad del servicio/producto	4.1. La calidad como estrategia clave la satisfacción. 4.2.- Tecnología y equipos en la prestación del servicio. 4.3.- La comercialización del servicio /producto con sus clientes

V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE
<p>Sesiones de clases expositivas con participación activa del estudiante a través de preguntas, discusión de casos, conceptos y elementos relacionados.</p> <p>Desarrollo de casos prácticos relacionados con los temas que se vaya desarrollando en clase, en los cuales se expondrán situaciones reales o ficticias relacionados con los problemas de organización en la empresa, los alumnos deberán de analizar dichos casos y dar una opinión lo más profesional posible. En la unidad 4 se harán ejercicios de toma de decisiones.</p> <p>Trabajo en equipo realizado fuera de aula de clase empleando el tiempo de trabajo independiente del estudiante. Se tratará de realizar un estudio de la estructura organizativa de una empresa real del sector turístico. El contenido mínimo de dicho trabajo, los criterios de desarrollo del mismo y la formación de los grupos será realizado en clase.</p>

VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

Evaluación formativa para retroalimentar constantemente a los estudiantes.

El estudiante participará en la autoevaluación de sus trabajos individuales y en la coevaluación del trabajo en equipo.

El profesor realizara evaluación acumulativa de los resultados de las asignaciones e intervenciones.

Presentación de casos.

Presentación de trabajo en equipo.

Presentación de pruebas escritas.

VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Empresas Turísticas. Ed. Pirámide. España.
- Garrido, S. y Pérez, E. (2004): Manual Básico de Administración de Empresas Estudios Turísticos. Editorial Areces. España.
- Martín R., I. (2004): Dirección y Gestión de Empresas del Sector Turístico. Ed. Pirámide. España.
- Molina, S. (1994): Modernización de la Empresa Turística: Un Enfoque para el Logro de la Calidad Total. Editorial Diana.
- Ramírez, César. (1996): Gestión Administrativa para Empresas Turísticas. Ed. Trillas. México.
- Rivas G., J. (2004): Dirección de Empresas Turísticas. Editorial Septem. España.
- Valls, J. (2003): Las Claves del Mercado Turístico: Cómo Competir en el Nuevo Entorno. Ediciones Deusto. España.
- Valls, J. (2004): Gestión de Empresas de Turismo y Ocio. Ediciones Gestión 2000. España.
- Altes, C (2001): Marketing y Turismo. Editorial Síntesis, España.
- Belch & Belch (2004): Publicidad y Promoción. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana. Colombia.
- Blasco P, Albert (2002): Empresa y el Producto Turístico. Editorial. Dykinson. España.
- Cobra, Marcos (2000): Marketing de Servicios. Estrategias para Turismo, Finanzas, Salud y Comunicación. Editorial Mc Graw-Hill Interamericana, Colombia.
- Del Alcazar M. (2002): Los Canales de Distribución en el Sector Turístico. Gráficas Dehon, Madrid.
- Kotler, Philip; Jhon Browen y James Makens (1997): Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Editorial Pretence –Hall Hispanoamericana, S.A. México.