

## PROGRAMA

ESPACIO CURRICULAR: PORTUGUES I

PROFESORA: LILIANA COELHO

AÑO: 2018

## OBJETIVOS

- Adquirir herramientas para conducirse con soltura con el idioma Portugués en el nivel I correspondiente al 2ª Año de la *Tecnicatura*
- Lograr el manejo del portugués para emplearlo en situaciones cotidianos del quehacer diario del hotel

## CONTENIDOS

- Manejo del lenguaje social, técnico y ocupacional del ámbito del área hotelera en lengua portuguesa.
- Lenguaje específico en hotelería.
- Expresiones de ubicación. Servicios y características especiales.
- Procedimientos para la Recepción. Reservas.
- Departamento de Alimentos y bebidas.

### UNIDAD 1:

BIENVENIDA A UN HUESPED O A UN GRUPO. ESTO HAY QUE SABERLO!

El alfabeto. Los artículos. Pronombres personales. Sustantivos y adjetivos

Verbo ser. Verbo estar. Presente del indicativo. Estar con sueño, hambre, cansado, fiebre

Verbo haber. Presente del indicativo

Días de la semana. Estaciones del año. Pronóstico del tiempo.

Verbos de la primera, segunda y tercera conjugación

Verbos regulares. Verbos irregulares

Países y nacionalidades

UNIDAD 2:

HOSPEDANDO A UNA FAMILIA EN EL HOTEL

Ropa de cama, mobiliario, electrodomésticos. Servicio de cuartos

Los números cardinales, ordinales, fraccionarios

La hora

Medios de transportes públicos

De compras por los alrededores del hotel

Atractivos alrededor del hotel

Conversación telefónica

UNIDAD 3:

CONVERSANDO CON UN HUESPED

El hotel. Dependencias. Servicios. Actividades deportivas, artísticas y de ocio: juegos, hobbies

En la peluquería del hotel

Alquiler de vehículos

Animales. Plantas. Flores

UNIDAD 4:

DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS. FESTEJOS

Verbos: tiempos pretérito imperfecto, gerundio y futuro

Profesiones y oficios

Fechas festivas

El menú del bar y del restaurant: alimentos, condimentos, frutas, postres, bebidas, vajilla, ropa de mesa

## BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

Bem-vindo!

Sussana Florissi, São Paulo, 2006

La docente entregará a los estudiantes bibliografía relacionada con artículos periodísticos, videos de you tube, audios, lecturas cortas

## BIBLIOGRAFIA OPTATIVA

### . CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACION

Evaluación escrita y oral, será una (1) en el primer cuatrimestre: Se tomará examen parcial en una fecha a designar en consenso con los estudiantes y la profesora, se podrá recuperar este parcial durante el primer cuatrimestre y si no aprobara, el estudiante tendrá la oportunidad de volver a rendirlo durante las fechas (también con el consenso de los estudiantes y la profesora) de recuperatorio en el segundo cuatrimestre.

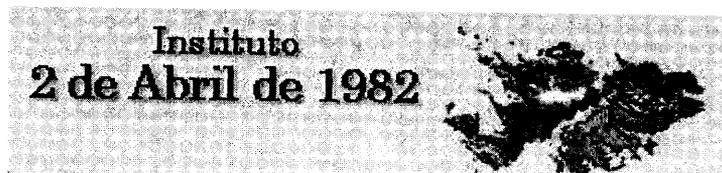
Elaboración de guías de estudio. Evaluación de las mismas durante el 1ª y 2ª cuatrimestres

Trabajos prácticos: 2 en el segundo cuatrimestre: participación, ejecución y planificación de eventos en portugués, ya sea la representación de una obra escrita por los estudiantes o de otra autoría a elección de ellos, karaoke con canciones en portugués, stand de Brasil en la presentación de Caminos y Sabores

Examen final: promoción de la materia, teniendo en cuenta evaluación oral y la asistencia a clases sea del 60%, parcial, guías y trabajos prácticos aprobados con 7 o más.

PROVINCIA DE BUENOS AIRES  
DIRECCIÓN GENERAL DE CULTURA Y EDUCACIÓN  
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

## **Instituto Superior Formación Técnica N° 46**



**CARRERA:** Tecnicatura Superior en Hotelería

**ESPACIO CURRICULAR:** Contabilidad Aplicada y Matemática  
Financiera

**CURSO:** 2° año

**CICLO LECTIVO:** 2018

**CANTIDAD DE HORAS SEMANALES:** 2 módulos

**PROFESORA:** Maria Claudia Vargas

**PLAN AUTORIZADO POR RESOLUCIÓN N°:** 5848/02; 1234/03;  
5886/03

### **FUNCIONES DE LA CATEDRA:**

Las dificultades del contexto actual exigen a los docentes que brinden a sus alumnos herramientas útiles que les permitan desenvolverse con idoneidad en las distintas tareas de la Organización y Administración de Empresas. Debido a la realidad socioeconómica actual, los conocimientos que se enseñen deben ser constantemente actualizados. Por este motivo se han integrado contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales en las áreas de la gestión organizacional, procurando que el abordaje del conocimiento se realice a partir de hechos que los estudiantes tengan oportunidad de vivir y experimentar.

Los contenidos seleccionados deben permitir que los estudiantes alcancen un conjunto de saberes que les permitan satisfacer sus necesidades de preparación profesional, para que puedan insertarse en el actual mercado laboral y continuar exitosamente sus estudios.

Con esta finalidad, se trabajará en conjunto con los otros docentes de las diferentes materias de la Tecnicatura Superior en hotelería con el fin de integrar los contenidos de las diferentes materias.

Otros propósitos significativos a desarrollar, para fortalecer la formación académica de los futuros egresados son:

- Promover el desarrollo de saberes específicos, capacidades, habilidades y actitudes con el fin de fortalecer su aprendizaje.
- Estimular las actividades prácticas, tendientes a capacitarlos para el futuro laboral.
- Promover formas alternativas de enseñanza y aprendizaje.

### **FUNDAMENTACION:**

Con el avance de la tecnología, de las comunicaciones y el desarrollo constante de los negocios en el mundo, nada puede quedar librado al azar, todo debe ser rigurosamente analizado. Para ello y desde cualquier nivel en el que nos encontremos dentro de una organización e independientemente de la envergadura de la misma, debemos estar preparados para enfrentar tales situaciones. Por ello la preparación en la tarea de administrar, gestionar y contabilizar las distintas operaciones de las empresas se vuelve indispensable, no queda otra posibilidad más que formarse y concientizarse sobre esta realidad.

Los contenidos de “Contabilidad Aplicada y Matemática Financiera” apuntan a crear un marco mínimo de referencia para el logro del objetivo.

La creciente complejidad de los sistemas tecnológicos enfrenta al trabajador técnico profesional con

situaciones cotidianas que requieren la puesta en acción de competencias configuradas como capacidades complejas. Estos conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes deben ser contruidos en el nivel educativo mediante abordajes pluridisciplinarios que tiendan a estrechar la diferencia entre el saber hacer exigido en el campo profesional y el saber y el hacer, a menudo fragmentados en las prácticas pedagógico-didácticas vigentes en la actualidad.

La Educación Tecnológica y Profesional Específica en el Instituto Superior de Formación Técnica asume el desafío de articular las lógicas del sistema productivo y el sistema educativo, a fin de superar la vieja separación entre los modelos de educación y trabajo y los procesos productivos en que se han venido expresando algunas prácticas socioeducativas.

El eje de la práctica instrumental y la experiencia laboral se centra en la búsqueda de capacidades profesionales para lograr:

- La crítica y el diagnóstico a través de una actitud científica.
- La participación en equipos de trabajo para la resolución de problemas y la toma de decisiones, a pesar de trabajar normalmente de manera individual.
- La adaptación a nuevos sistemas de organización del trabajo.

Con estas capacidades el egresado podrá ingresar y participar en el medio productivo de una manera más eficiente.

#### **EXPECTATIVAS DE LOGRO:**

- Caracterización de los componentes financieros de una Empresa Hotelera.
- Registro de operaciones económicas con criterio contable.
- Interpretación de marcos económicos para la toma de decisiones e inversiones.
- Entender la importancia de la Contabilidad en el proceso de toma de decisiones de las empresas turísticas.
- Aprender a aplicar los conceptos y metodologías contables a las particularidades de las empresas turísticas.
- Aprender a formular e interpretar estados contables adaptados a las singularidades de las empresas turísticas.
- Conocimiento de los términos técnicos.
- Participación individual y grupal en la resolución de los problemas planteados.

Todos estos objetivos se lograrán con el trabajo colaborativo junto a otras materias de la carrera.

### **PROPOSITO DEL DOCENTE:**

La finalidad de este proyecto se centra en la necesidad de brindar una adecuada formación curricular a los alumnos, poniendo énfasis en los aspectos, pedagógicos y didácticos para garantizar idoneidad en su futuro desempeño laboral.

### **ENCUADRE METODOLOGICO:**

Las estrategias que se implementaran para el desarrollo de la cátedra se centraran en la resolución de diferentes tipos de problemáticas, partiendo de la base de que un problema genera una situación incierta que se traduce en modificaciones de conducta, para encontrar la solución apropiada.

Se utilizará también la dinámica de intercambio de opiniones en el aula, con el profesor como moderador y en estos casos el material a analizar lo aportará el profesor. Esto tiene como objetivo propiciar un ámbito adecuado para poner en práctica los conocimientos adquiridos, propiciando desarrollar una disciplina mental propia.

Se intentará convertir el aula en un taller de estudio, orientado por el docente, siendo el propósito final lograr en los estudiantes un conocimiento y control sobre sus propios procesos de aprendizaje.

El tratamiento de la materia será Teórico - Práctico. A los efectos de apuntalar rápidamente los conceptos explicados en clase, se utilizarán ejemplos, ejercicios y análisis de casos especialmente elegidos, con el fin de aclarar las exposiciones hechas por parte del docente.

### **RECURSOS:**

Los soportes que promoverán los aprendizajes de los alumnos serán los siguientes:

- Pizarrón
- Apuntes
- Guía de lectura
- Ejercicios Prácticos
- Estudio de casos
- Calculadora Financiera
- Planilla de calculo
- Proyección y análisis de videos

**CONTENIDOS:**

- **Unidad N°1:** Operaciones de Matemática Financiera

Calculo financiero. Concepto de interés. Tipos de interés. Tasas. Inflación. VAN (Valor actual neto), TIR (Tasa Interna de Retorno). Rentas. Amortización de préstamos. Sistemas.

- **Unidad N°2:** Contabilidad Aplicada

Actividades de la empresa. Documentación utilizada. Operaciones de compra, venta, cobros y pagos. Forma de registrarlas y controlarlas. Elaboración del Plan de cuentas. Diferentes casos según la empresa de servicio de turismo.

- **Unidad N°3:** Legislación Impositiva de Empresas Turísticas

Normas impositivas específicas de la empresa turística. Liquidación de impuestos a las Ganancias. IVA. Ingresos Brutos.

- **Unidad N°4:** Liquidación de Sueldos y Cargas Sociales

Proceso de Liquidación de Sueldos y Cargas Sociales. Liquidación de Honorarios profesionales. Retenciones.

- **Unidad N°5:** Imputación y seguimiento de documentos específicos del turismo

Reservas. Vouchers, pagos a cuenta. Pago por medio de Cuentas Corrientes. Documentos de diferentes sectores.

- **Unidad N°6:** Cuantificación y Valuación Contable

Elementos de cuantificación y valuación de partidas contable. Patrimonio. Variaciones Patrimoniales.

- **Unidad N° 7:** Exposición de la Información Contable

Balances. Normas Contables. Esquema de presentación. Análisis e Interpretación de balances como instrumento de gestión. Política de inversiones.

**BIBLIOGRAFIA:**

**\* Para el Alumno:**

- MERCADO QUINTELA, JUSTO ANDRES, Matemática Financiera. 2012.
- CASANUEVA, C., GARCÍA DEL JUNCO, J. y CARO, F.J., Organización y gestión de empresas turísticas. Ediciones Pirámide. Madrid. 2000.
- FOWLER NEWTON, ENRIQUE, Cuestiones Contables Fundamentales. Ediciones La Ley. 2015.
- FOWLER NEWTON, ENRIQUE, Contabilidad Superior. Ediciones La Ley. 2015

**\* Para el profesor:**

- MOLINARES, CARLOS RAMIREZ, Y COLABORADORES.: Fundamentos de Matemática Financiera. Colombia. 2009.
- ACHING GUZMAN, CESAR.: Matemáticas Financiera para la toma de decisiones.
- CASANUEVA, C., GARCÍA DEL JUNCO, J. y CARO, F.J.: Organización y gestión de empresas turísticas. Ediciones Pirámide. Madrid. 2000.
- MARTIN ROJO, I.: Dirección y gestión de empresas del sector turístico. Pirámide. Madrid. 2003.
- DORADO, J.A. Organización y control de empresas en hostelería y turismo. Editorial Síntesis. 1997.
- GUZZI, MABEL, Contabilidad Introdutoria. Aplicación Tributaria S.A. 2009.
- MERCADO QUINTELA, JUSTO ANDRES, Matemática Financiera. 2012.
- CASPARRI, MARIA TERESA, BERNARDELLO, ALICIA. Operaciones Financieras con Excel. Omicrom System.2003
- GUZZI, MABEL, Contabilidad Introdutoria. Aplicación Tributaria S.A. 2009.
- VAZQUEZ, ROBERTO y BONGIANINO, CLAUDIA. PRINCIPIOS DE TEORIA CONTABLE. APLICACION TRIBUTARIA S.A. 2008.
- FOWLER NEWTON, ENRIQUE, Cuestiones Contables Fundamentales. Ediciones La Ley. 2015.
- FOWLER NEWTON, ENRIQUE, Contabilidad Superior. Ediciones La Ley. 2015.

**PRESUPUESTO DE TIEMPO:**

El espacio curricular se desarrollará en 2 módulos semanales. Del total de módulos anuales se descontarán 8 para la realización de parciales y recuperatorios y los restantes se distribuirán de la siguiente manera: las unidades 1), 2), 3) y 4) en el primer cuatrimestre y las unidades 5), 6) y 7) en el segundo cuatrimestre.

Para acceder al trabajo final, se deberá tener dos parciales aprobados y cumplir con el régimen de asistencia.

**ARTICULACION CON LA EXPERIENCIA LABORAL:**

Se realizará un trabajo en conjunto con los profesores de materias afines. Este consistirá en aunar criterios y completar una visión general de manera integrada, con el fin de desarrollar trabajos de campo que permitan a los alumnos demostrar sus conocimientos y que estos generen valor para sí y para la comunidad donde se desarrollaran profesionalmente.

**EVALUACION:**

Para la evaluación se tendrá en cuenta: caligrafía, ortografía, redacción, expresión oral, coherencia y eficiencia argumentativa, como también el vocabulario específico y la presentación en tiempo y forma de los trabajos.

Si bien esta se hará de manera continua durante todo el año, están planificadas dos instancias de evaluación, al finalizar cada uno de los dos cuatrimestres del año. Los alumnos que alcancen el 60% de asistencia a clase (Resolución N° 4043 y PIE del ISFT N° 46), y que además cumplan con las consignas hechas por el docente durante la etapa de seguimiento y evaluación continua, accederán a dichas instancias de evaluación.

Para promocionar la materia los alumnos deben sacarse en los parciales de cada cuatrimestre una nota igual o mayor a 7 (siete). Si el alumno obtiene una nota entre 4 y 6 en los dos cuatrimestres deberá rendir un examen final para aprobar la materia. En caso de desaprobar los parciales de cada cuatrimestre, el alumno deberá aprobar los recuperatorios en las semanas establecidas por el Instituto Superior de Formación Técnica N° 46.

Se podrá realizar un trabajo integrador con aquellos alumnos que, teniendo buena participación en clases, no hayan logrado la calificación mínima.

Se recursara la materia si el alumno desapruaba el recuperatorio de cualquiera de los dos

cuatrimestres. Aprobadas dichas instancias de evaluación, el alumno obtendrá la regularidad de la materia.

  
Maria Claudia Vargas  
Licenciada en Administración  
Contadora Pública

---

## INGLÉS II

### PROYECTO DE CÁTEDRA 2018

El presente proyecto responde a la necesidad de propiciar la competencia comunicativa en inglés de los alumnos de la Tecnicatura Superior en Hotelería, de manera tal que éstos puedan fortalecer y mejorar su formación profesional. Los conceptos para la recepción y producción en la lengua extranjera fueron seleccionados y secuenciados siguiendo los lineamientos curriculares de la Tecnicatura, motivo por el cual cabe a esta cátedra elegir los distintos campos del conocimiento a tratar.

El Técnico Superior en Hotelería deberá estar capacitado para comprender la actividad hotelera como un todo. Es esperable que esa capacitación le permita desempeñarse laboralmente en el país o la región como destino receptivo, o bien trasladarse a un destino en el extranjero donde el idioma oficial no sea el español.

En este contexto laboral, resulta imprescindible que el Técnico posea una fluida comunicación, oral y escrita, tanto en idioma propio como en la *lingua franca* actual, el inglés.

Por lo tanto, esta propuesta tiene como objetivo esencial generar un interés genuino en el espacio curricular Inglés II, perteneciente al espacio de la formación básica en la Tecnicatura Superior en Hotelería. Este interés consiste en darle un enfoque teórico y práctico, que considerará a la lengua - escrita y, especialmente, oral – un medio cuyo fin es la comunicación efectiva.

Esta Cátedra entiende que circunscribir el idioma inglés sólo al uso correcto de la gramática – según concepciones tradicionales – sería restarle el valor instrumental y comunicativo que posee y que resulta de suma necesidad en esta Tecnicatura. Este Espacio se focalizará casi exclusivamente en la competencia oral, respetando la gramática y la fonología correspondientes a los contenidos, pero que, a la vez, fundará las bases para el dominio de las estructuras más complejas a desarrollar en el transcurso de la carrera.

La importancia de la comunicación en inglés que propone la Resolución 278/03 se concretará mediante el denominado *enfoque léxico*. En el caso de esta Tecnicatura, especialmente, resulta esencial que el mensaje enviado sea comprendido por el receptor, motivo por el cual el léxico es fundamental. Tanto así es que podría decirse que “el grado de comprensibilidad de un enunciado depende más del acierto en las unidades léxicas empleadas que en la corrección gramatical.” (Vidiella Andreu, 2012: 6) Por tanto, es extremadamente importante que los futuros profesionales de Hotelería conozcan y dominen las unidades léxicas necesarias que les permitan designar la realidad circundante y les permitan comunicarse satisfactoriamente en diferentes situaciones.

El *enfoque léxico* (Lewis, 1993) favorece y propicia el desarrollo de la capacidad lingüística del alumno mediante el aprendizaje de bloques prefabricados de palabras (chunks). Se espera que el alumno logre separar tales segmentos léxicos, reconocerlos y utilizarlos en otros segmentos, lo que propiciará fluidez y naturalidad en la comunicación.

Sin embargo, la gramática está presente en este enfoque, si bien no es el centro del mismo. Según el mencionado autor, inicialmente la gramática se aprenderá de manera indirecta pero, a

medida que el alumno sepa reconocer las unidades compuestas en cada segmento léxico, tomará una mayor conciencia tanto del léxico como de la gramática de la lengua extranjera.

Teniendo en cuenta que los alumnos cursantes del 2do año de Hotelería ya han tenido acceso a estructuras básicas en Inglés I del primer año, esta etapa es especialmente adecuada para que no sólo aprendan a (re)conocer el significado de las palabras, sino también el uso y las restricciones de cada unidad léxica. En consecuencia, en este 2do año se acompañará a los alumnos en la adquisición de unidades léxicas de mediana complejidad (colocaciones, expresiones fijas y expresiones semi-fijas).

Por su parte, los conocimientos previos de los alumnos – tanto del idioma extranjero como de la especialidad y del mundo – constituirán un componente fundamental del hecho educativo, ya que se propondrá material de trabajo – de recepción y producción – característicos de las empresas de incumbencia del futuro profesional. El conocimiento y dominio de este material será imprescindible para un profesional que tendrá a su cargo *“Organizar y controlar la producción de servicios de hospedaje y gastronomía, así como la prestación de servicios complementarios de información y asistencia al huésped”* (Res. 278/03)

Esta Cátedra coincide con Ausubel<sup>1</sup>, en que *“Se valora lo que tiene el aprendiz en su mente – aprendizaje significativo.”* Sostiene Ausubel que el aprendizaje significativo ocurre cuando la nueva información se enlaza con las ideas pertinentes que ya existen en la estructura del conocimiento del individuo (existe un cierto conocimiento previo en la mente del alumno). Según este autor, el alumno – por su parte – debe manifestar una disposición para relacionar sustancial y no arbitrariamente el nuevo material con su estructura cognoscitiva, de manera que el material que aprende es potencialmente significativo para él. Además, es esperable que el alumno pueda dar sentido a lo que aprende y logre percibir la relevancia de lo que hace. Por tal motivo, el proceso de mediación docente estará focalizado en explicitar la importancia de los objetivos del aprendizaje de un contenido particular. Esta situación de aprendizaje resulta de mayor eficacia si los alumnos se sienten motivados para adquirir tal contenido. Y esta motivación, se espera, surgirá del material auténtico y de uso corriente en el área de la hotelería actual.

Teniendo en cuenta que las funciones que se esperan de este Técnico Superior se cumplen mayoritariamente de manera oral, como lo son el manejo del personal, la asistencia a los huéspedes y la supervisión de los distintos sectores entre otras, (Res. 278, pág. 8), la metodología de enseñanza estará centrada casi exclusivamente en la lectura, escucha y expresión oral. La expresión escrita, por su parte, será limitada a su forma operativa, dado que los contenidos de los textos escritos son generalmente del mismo tenor y de similitud léxico-gramatical.

Debido a que el aprendizaje de la lengua requiere procesos complejos que implican instancias cognitivas, comunicativas y lingüísticas, interrelacionadas, se ha considerado la modalidad de taller como la más apropiada para la realización del proceso de enseñanza y aprendizaje. Esta modalidad resulta especialmente beneficiosa para los alumnos ya que incrementa

---

<sup>1</sup> Ausubel-Novak-Hanesian. *“Psicología Educativa: Un punto de vista cognoscitivo”*. Trillas, Segunda Edición. México, 1983.

la comunicación y la expresión oral, y mejora la retención de los contenidos. En cuanto al docente, le permite optimizar el presupuesto horario asignado.

En cuanto a la producción oral, se espera que luego de una práctica áulica intensiva, los alumnos demuestren un manejo tal del idioma inglés que les permita usar un rango de lengua suficiente para desenvolverse en situaciones comunes de comunicación, y con un grado tal de corrección, fluidez y propiedad que, aún cuando cometan errores de sonido o de entonación, estos no impidan la decodificación del mensaje emitido.

Respecto de su función, la docente promoverá en el alumno el reconocimiento del hecho educativo como fenómeno vincular triádico (docente-objeto de conocimiento-alumno), así como también ofrecerá solvencia en el conocimiento de los contenidos impartidos. Respecto de la práctica docente, este Espacio tratará de incentivar una actitud reflexiva y crítica – práctica reflexiva<sup>2</sup> – para con el accionar diario propio respondiendo al interés emancipatorio del conocimiento, así como la importancia de la auto-evaluación permanente y de la actualización constante.

#### **Expectativas de logro**

El presente curso tendrá como finalidad, dentro del marco de la Ley de Educación Superior, proveer a los alumnos de las destrezas y estrategias lingüísticas y comunicativas necesarias para producir textos coherentes, cohesivos y organizados, tanto orales como escritos. Al término del curso, los alumnos habrán logrado:

- Valorar el idioma inglés en su aspecto comunicativo, como recurso básico para el desempeño de la función
- Analizar y comprender una variedad de géneros escritos y orales auténticos, reconociendo sus finalidades, contextos de comunicación y audiencias dirigidas;
- Producir textos orales y escritos coherentes, aproximados a una variedad estándar para distintos propósitos, contextos y audiencias;
- Expresar sus ideas a través de trabajos escritos u orales, de manera efectiva, organizada, coherente y cohesiva.
- Producir interacciones lingüísticas satisfactorias para la resolución de situaciones propias de las empresas de alojamiento
- Comprender la importancia de la fonética.
- Desarrollar habilidades de comprensión auditiva.
- Alcanzar fluidez en la expresión oral.
- Reflexionar sobre su propio proceso de aprendizaje de la lengua extranjera
- Monitorear la propia producción y adecuarla en función de las necesidades.
- Desarrollar el gusto por generar estrategias personales para la resolución de situaciones problemáticas, lingüísticas y comunicativas.

---

<sup>2</sup> Schon citado por Elliot, J. “*El cambio educativo desde la investigación acción.*” Ed. Morata – Madrid – España

**PROGRAMA****Unidad 1**

Revisión de contenidos vistos. Cuestionarios. Comparación de adjetivos. Sugerencias.

Moneda y cambio. Pagos y descuentos.

Textos escritos: a) de recepción: propagandas, avisos publicitarios; b) de producción: correo electrónico de confirmación de recepción y fechas.

Textos orales: a) de recepción: intercambio dialógico; b) de producción: indicaciones cortas

Bibliografía obligatoria: material provisto por la docente

Bibliografía adicional optativa: libro de enseñanza de inglés de elección del alumno

**Unidad 2**

Tiempo Futuro Simple en sus formas afirmativa, interrogativa y negativa. Oraciones condicionales del primer tipo. Comunicación escrita: cartas formales.

Textos escritos: a) de recepción: propagandas, avisos publicitarios; b) de producción: mensajes cortos, correo electrónico

Textos orales: a) de recepción: intercambio dialógico; b) de producción: conversaciones utilizando tecnología.

Bibliografía obligatoria: material provisto por la docente

Bibliografía adicional optativa: libro de enseñanza de inglés general de elección del alumno

**Unidad 3**

Expresar preferencias y disidencias. Tipos de habitaciones y su amueblamiento.

Personal en el hotel. Comidas. Lugares de gastronomía.

Textos escritos: a) de recepción: propagandas, avisos publicitarios, solicitudes; b) de producción: mensajes cortos, correo electrónico

Textos orales: a) de recepción: intercambio dialógico; b) de producción: descripciones

Bibliografía obligatoria: material provisto por la docente

Bibliografía adicional optativa: libro de enseñanza de inglés general de elección del alumno

**Unidad 4**

Actividades dentro y fuera de un hotel. Plantear sugerencias, solicitudes, acuerdos y desacuerdos. Verbos modalizadores.

Textos escritos: a) de recepción: encuestas, propagandas, avisos publicitarios; correo electrónico con satisfacción o disconformidad; solicitudes, b) de producción: correo electrónico con explicaciones, disculpas y avisos, cartas y solicitudes

Textos orales: a) de recepción: intercambio dialógico; b) de producción: indicaciones y descripciones de distinta extensión

Bibliografía obligatoria: material provisto por la docente

Bibliografía adicional optativa: libro de enseñanza de inglés general de elección del alumno

**Presupuesto de tiempo**

Los contenidos se agruparán en cuatro unidades distribuidas según el siguiente cronograma:

U1 y U2: Abril, Mayo, Junio y Julio – Parcial 1

U3 y U4: Agosto, Setiembre, Octubre y Noviembre – Parcial 2

Recuperatorios: en el período establecido por la Institución.

Exámenes Finales: en las fechas establecidas por la Institución.

**Evaluación**

De acuerdo con la Resolución N° 1434 de la DGCyE, a lo largo del año académico los alumnos serán evaluados en el proceso de aprendizaje respetando los siguientes criterios:

- Asistencia 80%. En caso de alcanzar sólo el 60% por inasistencias justificadas se suministrará un examen compensatorio en el período de recuperatorios.
- Participación activa en clase.
- Apropriación de los contenidos nuevos, integración y producción de los mismos.
- Entrega de trabajos prácticos en tiempo y forma.

Aprobación de dos exámenes parciales: se suministrará uno por cuatrimestre y se pueden aprobar en forma directa o mediante recuperatorio. Dada la preeminencia del lenguaje oral en la actividad del futuro egresado, los parciales así como el examen final constarán de dos partes: una escrita y otra oral, resultando la nota final del promedio de las dos.

**Contrato Pedagógico**

Para poder enseñar y aprender en un ambiente adulto que favorezca el crecimiento personal y propicie la excelencia profesional es fundamental que quienes participan del acto educativo – alumnos y docente – respeten los compromisos planteados en el siguiente contrato:

<b>El docente se compromete a:</b>	<b>El alumno se compromete a:</b>
1.- Proveer el material de trabajo áulico.	1.- Contar con el material de trabajo áulico todas las clases.
2.- Explicar todos los temas de manera exhaustiva como todas las dudas que planteen los alumnos	2.- Prestar atención a las explicaciones dadas en clase y solicitar cualquier aclaración que resulte pertinente en el momento
3.- Corregir las tareas asignadas y re-explicar lo que requiera una explicación adicional.	3.- Revisar y estudiar lo visto en cada clase, aún sin que lo aclare el profesor. En caso de ausencia, recuperar lo visto en la clase perdida y averiguar y completar la tarea asignada.
4.- Avisar con dos semanas de anticipación, por lo menos, los temas y fecha de evaluación, y devolverla corregida a la clase siguiente, cuando se analizarán los errores cometidos.	4.- Estar presente en las evaluaciones, y en caso de estar ausente por motivo de enfermedad, presentar al docente el comprobante correspondiente en la primera clase posterior a la de la evaluación.
5.- Corroborar asistencia hora por hora.	5.- Estar presente el 80% de las clases, en caso de estarlo sólo en un 60% someterse a una evaluación adicional para no perder la regularidad. Entender que con menos del 60% se quedará libre y deberá recurrar.
6.- Respetar el horario de clase y recreos.	6.- Ingresar al aula inmediatamente de finalizado el recreo, para respetar la carga horaria asignada para las clases.



**INSTITUTO SUPERIOR DE FORMACION DOCENTE Y**  
**TECNICA N°46**

**“2 DE ABRIL DE 1982”**

**TECNICATURA SUPERIOR EN**  
**HOTELERIA**

**ESPACIO CURRICULAR**

***ALIMENTOS Y BEBIDAS I***

**DOCENTE: PATRICIA SINOPOLI**

**CURSO: 2do AÑO**

2018

## **FUNCIONES DE LA CATEDRA**

La cátedra fomenta el desarrollo de las aptitudes de las personas que trabajarán en el Área de Alimentos y Bebidas de un establecimiento hotelero, integrando nuevas técnicas de procesamiento de alimentos, diseño y funciones de equipamiento de última generación, y novedosos conceptos en el tratamiento de menús y cartas gastronómicas. Apunta a una modernización del servicio teniendo en cuenta parámetros altos en cuanto a calidad y excelencia.

El espacio curricular se desarrollará con un enfoque teórico con núcleos centrales referidos a la organización del servicio del Departamento de Alimentos y Bebidas, el desempeño del personal, y banquetes.

Esta carrera te permitirá trabajar en cualquier parte del mundo o en hermosos cruceros preparándote para trabajar en cualquier sector de un hotel, y para el gerenciamiento de todo tipo de empresas de alojamiento. Este eje considera las tecnologías, técnicas y procedimientos que hacen a la producción de alimentos y bebidas. Los criterios indispensables para operar en la cuestiones atinentes a la manipulación de alimentos se instalan como pilares esenciales en la estructura de este eje, interactuando con los avances en los procesos de elaboración, los aportes que esta área recibe de la tecnología, y todas las especificidades de la gestión del negocio gastronómico.

Existe en la sociedad de hoy en día una necesidad de disponer de personal profesional cabal y suficientemente preparado en el área de alimentos y bebidas lo cual obliga a una educación formal para todas aquellas personas destinadas a tener bajo su responsabilidad la administración, operación, supervisión y control de los servicios que proporcionan la importante industria de los Restaurantes; esto adquiere mayor relevancia si se considera que nuestro país se explota cada día más turísticamente.

Por eso, la formación con una visión internacional será clave durante el proceso de aprendizaje conjugando la teoría y la práctica, con programas de estudios acordes a las necesidades cambiantes de la Industria Turística

## **FUNDAMENTACION**

Uno de los placeres más lindos de la vida es viajar y cuánto mejor es, instalarse en hoteles que hacen que los huéspedes reciban el mejor servicio de atención. La hotelería ha sido en los últimos años una de las industrias de mayor auge llegando a abrirse hasta 200 hoteles anuales en Argentina. Esto representa un gran mercado de demanda laboral que no se restringe solamente a los límites de nuestro país sino que tiene carácter internacional.

Muchas personas viajan para conocer lugares, disfrutar, descansar o por algún otro motivo especial pero en esos tours que son una forma de recorrer una ciudad hay muchos que optan por una buena comida antes que pasear por un museo, o realizar los itinerarios turísticos típicos. Una buena forma de entender la cultura de un destino es a través de su gastronomía tradicional y local y catar algunas de sus delicias, tanto en reputados restaurantes como en otros más sencillos o en puestos callejeros, permite conocer a fondo el destino al que viajamos. La gastronomía, además, está de moda y en todas las ciudades se organizan encuentros para dar a conocer sus innovaciones y talento en materia de cocina. Existen lugares que siempre han sido sinónimo de buena

comida, explosión inconfundible de aromas y sabores. Además de ser algunas las cocinas más famosas del mundo, también son la que proponen, una increíble variedad de platos y recetas diferentes según la localidad, la provincia y la región.

No hay que perderse las rutas del sabor, un viaje por la cultura gastronómica buscando sabores antiguos, productos genuinos y alimentos sencillos revisitados por la cultura clásica y también por la más innovadora.

Al sector gastronómico de un establecimiento hotelero se le conoce como el Departamento de Alimentos y Bebidas A&B, abarca todo lo relacionado con el servicio gastronómico, desde su producción hasta el servicio o la venta. **Alimentos y Bebidas** es uno de los sectores del hotel que más ingresos genera, aproximadamente el 50% de todas las ganancias en un establecimiento de hospedaje. Complementando los otros servicios adicionales, es parte fundamental de estos como en: Convenciones, eventos, conferencias, ferias y muchas otras actividades dentro de las instalaciones del hotel. Es ahí donde a diario se organizan y coordinan las operaciones del restaurante, cocina, catering, comida en las habitaciones (room service) banquetes, buffets y utilería o steward, Sin dejar de lado el hecho de que es allí, donde se emplea gran cantidad de Recurso Humano.

La gestión del departamento de Alimentos y Bebidas se basa en verificar el rendimiento del personal en el área de A&B y b, al mismo tiempo se ocupa de realizar la carta con el maître "d, u otras operaciones del personal. Además se encarga de otras responsabilidades de alta envergadura tales como; planear y diseñar menús en restaurantes, cocinas y hoteles, Conocer la producción de alimentos básicos, avanzados o de cocina internacional, Conocimiento de la administración, operación contabilidad, manejo y control de los recursos materiales y humanos, operación de la industria restaurantera, control y óptimo manejo de alimentos y bebidas, entre otras cosas La Importancia de la División de A&B en las Empresas Hoteleras es velar por el buen funcionamiento de los Restaurantes, Bares, Cocinas, mediante el establecimiento y verificación los mecanismos que garanticen la prestación de servicios de calidad, Verificar las condiciones de higiene y seguridad de las instalaciones y equipos de producción y servicio,

Garantizar el apego a los procedimientos de control en las actividades de requisiciones, compras, almacenamiento, y ventas.

Verificar la funcionalidad de áreas, instalaciones y equipos de producción;

Coordinar con la Unidad de Recursos Humanos, cursos de mejoramiento y actualización de las brigadas, para garantizar el manejo de técnicas de servicio local, nacional e internacionalmente;

Diseñar, conjuntamente con la Gerencia General, las políticas y estrategias de ventas, para asegurar el flujo de los ingresos, especialmente en períodos de baja temporada.

Elaborar los presupuestos de operación, a fin de estimar los niveles de ingresos, costos y gastos, de manera de orientar los esfuerzos hacia el logro de los objetivos organizacionales.

Aunque pareciera tener muchas jerarquías realmente este departamento tiene un organigrama muy sencillo pero con muchos estudio para que pueda trabajar en el menor tiempo posible, ya que es la carta de presentación para los hoteles.

El Gerente de Alimentos y Bebidas es aquel que se encarga de mantener todo en balance y administrar el departamento. Incluyendo lo más básico como: Elegir materia prima, buscar al proveedor, cuidar del proceso de elaboración, regular la frecuencia de

las compras y debe estar muy pendiente de la disponibilidad de toda la materia prima cuando sea necesaria. En muchos sitios, de mediano tamaño, este puesto o posición lo ocupan Chef Ejecutivos.

Para dar respuesta a la demanda de los numerosos restaurantes, en las grandes ciudades se vieron en la obligación de crear escuelas especiales donde se impartía una enseñanza profesional para preparar personal práctico en las distintas tareas de estos establecimientos, desde personal subalterno, como: Cocineros, Camareros, Empleados de escritorio, etc., hasta personal superior como Maitres, Chefs y Gerentes. En este mundo de extensa oferta de productos y servicios, lo más importante, por encima de todo es: cuidar a los clientes y crear una estrategia de diferenciación e idealización, pues de no ser así, los competidores lo harán.

La tendencia moderna de una empresa que vende servicios es tratar a este como si fuese un producto y, para lograr esto, es necesario abandonar totalmente la idea de entender el servicio como una función delegada; para mantener la alta y continua calidad de un servicio, este, debe de ser administrado y dirigido.

### **OBJETIVOS**

#### **OBJETIVO PRINCIPAL DE ESTE DEPARTAMENTO**

Es el de lograr ofrecer un buen servicio y producto a los comensales o huéspedes, a fin de satisfacer sus necesidades y darle una buena imagen al hotel para cual trabajarán o en los potenciales emprendimientos de alojamiento que tengan.

#### **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Verificar el rendimiento del personal en el área de A&B y b, al mismo tiempo realizar la carta con el maître "d, u otras operaciones del personal.
- Planear y diseñar menús en restaurantes, cocinas y hoteles, considerando aspectos de costo, beneficios, valores nutricionales y presentación.
- Conocer la producción de alimentos básicos, avanzados o de cocina internacional identificando los índices nutricionales de comestibles cárnicos y elementos que intervienen, así como el correspondiente costeo.
- Conocer en cuanto a administración, la operación contabilidad, manejo y control de los recursos materiales y humanos que intervienen en restaurantes y cocinas en general.
- Operación de la industria restaurantera, control y óptimo manejo de alimentos y bebidas; servicio, promoción y relaciones públicas como fuente de incremento de la proyección turística.
- Intervenir en el diseño del equipamiento, estilos de decoración y la organización de los espacios de un restaurant hotelero.
- Cumplir con las disposiciones legales referidas al turismo y el cuidado del medioambiente.
- Conocer y adecuarse a la modalidad de prestación de las cadenas hoteleras internacionales y de sus departamentos de alimentos y bebidas.

### **EXPECTATIVAS DE LOGRO:**

- ✓ Reconocer la organización y estructura de la industria de los alimentos y bebidas.
- ✓ Saber cómo funciona el Departamento de Alimentos y Bebidas, dentro del contexto hotelero
- ✓ Conocer la organización del personal para la prestación del servicio.
- ✓ Poder asumir con responsabilidad la supervisión de los distintos aspectos del servicio.
- ✓ Administrar correctamente en los momentos de verdad donde se obtiene la única forma de lograr altas calificaciones
- ✓ Crear una imagen de prestación de servicio acorde a las percepciones colectivas de los clientes que hacen uso de los servicios prestados en cualquier empresa o /u establecimiento hotelero del que dependa el departamento de Alimentos y Bebidas

### **PROPÓSITO DEL DOCENTE:**

Lograr el contacto y capacitación del alumno con los procesos que se realizan en el Departamento de Alimentos y Bebidas de una empresa hotelera, desde los aspectos técnicos hasta los humanos en general.

Capacitar al alumno en el conocimiento de los diferentes tipos de servicio, banquetes, gastronomía y enología.

Formar un profesional que posea actitud de servicio, iniciativa, pensamiento crítico y actuación coherente para evaluar situaciones, capacidad para resolver problemas y tomar decisiones, diseñar las tareas que se llevan a cabo en las diferentes áreas de una empresa de alojamiento las cuales abarcan aspectos de planificación, organización operativa y control en los sectores de alimentos y bebidas, alojamiento, administración, relaciones industriales, comercialización, congresos y convenciones, seguridad y recreación.

### **ENCUADRE METODOLÓGICO:**

La asignatura se desarrollará dentro de un marco teórico con actividades de aprendizaje dentro del aula, que se relacionarán directamente con los ámbitos de las empresas de hotelería con visitas a las seleccionadas y charlas informativas a cargo de profesionales de gastronomía

### **RECURSOS:**

Toma de apuntes.  
Trabajos prácticos sobre la materia.  
Búsqueda de información por parte del alumno.  
Visitas a hoteles, ferias gastronómicas y de vinos  
Videos  
Encuestas y entrevistas  
Eventos gastronómicos

### **PROGRAMA DE AA Y BB HOTELERIA 2DO AÑO**

#### **CONTENIDOS:**

UNIDAD 1: Generalidades, ambientación y materiales. Tipos de servicios. Calidad en el mismo. Equipamiento y adecuación de instalaciones.

UNIDAD 2: Personal de salón: composición de la brigada y funciones.

UNIDAD 3: Mise en place: limpieza del salón y preparación del material.

UNIDAD 4: El servicio: menú y carta. Llegada del cliente, comanda y servicio. El menú como elemento de marketing. Su planeamiento.

UNIDAD 5: Gastronomía: conceptos generales y servicio.

UNIDAD 6: Bebidas: vinos, champagnes y espumantes. Cerveza. Bebidas sin alcohol. Aguardientes y licores. Nociones básicas de enología y servicio de bebidas Cafetería. Facturación y controles.

UNIDAD 7: Otros servicios: banquetes, Brasserie buffets "nouvelle cuisine". Departamento de banquetes y Ventas .Servicio al cliente.

#### **ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS:**

La asignatura se desarrollará dentro de un marco teórico con actividades de aprendizaje dentro del aula, que se relacionarán directamente con los ámbitos de las empresas de

hotelería con visitas a las seleccionadas y charlas informativas a cargo de profesionales de gastronomía. Se implementará la toma de apuntes, trabajos prácticos sobre la materia y la búsqueda de información por parte del alumno.

Visitas a ferias gastronómicas y de vinos

Observarán videos sobre el sector gastronómico.

Realizarán encuestas o entrevistas a personas que trabajen en dependencias del Dto de AAyBB

Se conseguirán pasantías en restaurantes cercanos al Instituto y en lo posible en hoteles. Se llevará a cabo por lo menos un evento gastronómico de integración social con la posibilidad de elección del rol a desempeñar en el mismo.

Se insistirá en la posibilidad de realizar el salón de té

Cada evento se solventará con el dinero que aporten las personas que asistan a los mismos o con aquella que aporten los alumnos

### **CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN:**

Un parcial en cada cuatrimestre, uno teórico y otro práctico, con aprobación numérica de 7 puntos.

Un trabajo práctico final.

La devolución de resultados será individual

Estas instancias serán necesarias para que el alumno obtenga la aprobación de la Asignatura Alimentos y Bebidas I. De no poseer alguna de las acreditaciones citadas aprobadas y el 60% de las asistencias a clase, deberá recursar la materia.

Final oral al término de la cursada.

### **ARTICULACIÓN CON EL ESPACIO DE LA PRÁCTICA INSTRUMENTAL Y EXPERIENCIA LABORAL:**

Los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes obtenidos durante la cursada de la Asignatura Alimentos y Bebidas I, deberán articular con lo exigido en el campo laboral de las empresas hoteleras. Por tal motivo aseguramos la importancia de la asignatura para el futuro egresado, incluyendo contenidos curriculares que se corresponden con el desempeño real en un hotel. El sistema de Pasantías en restaurantes permite al alumno poner en funcionamiento sus saberes y adquirir experiencia directa.

Como actividad de extensión se propone un proyecto institucional en el que armen un evento gastronómico, algo sencillo en el que logren articular con alguna asociación

vecinal, que puede brindar una cocina acorde a los estándares gastronómicos, o mismo en el instituto como el año anterior.

Los alumnos armarán el evento y el dinero de las tarjetas, se destinará a la carrera para solventar los gastos de cada evento que se lleve a cabo.

Consiste en intercambiar con el contexto social, trabajando en el armado del menú, seleccionando compras, costos y actuando como camareras y mozos, articulando entre varias, con la materia Costos y compras. Contarán con la presencia de dos cocineras egresadas de la Carrera Gastronómica de la Municipalidad de Morón

#### **CRONOGRAMA:**

Unidad 1: Abril

Unidad 2: Mayo

Unidad 3: Junio

Unidad 4: Julio-Agosto

Unidad 5: Septiembre

Unidad 6: Octubre

Unidad 7: Noviembre

#### **BIBLIOGRAFÍA:**

- Gestión de Producción de Alojamientos y Restaurantes. Javier Serra/José Dorado/Diego Estepa/Pedro García. Ed. 1997
- Tratado de Alimentos y Bebidas I-Reynoso Ron, Javier. Editorial Limusa.
- Gestión de Alimentos y Bebidas para hoteles, bares y restaurantes. Jesús Felipe Gallego. Ed. Paraninfo.
- Programa de Asistencia a pequeños hoteles de Centroamérica ICT-OEA-CCT/SICA

*14/05*

INSTITUTO SUPERIOR DE FORMACION DOCENTE Y  
TECNICA N°46

“2 DE ABRIL DE 1982”

TECNICATURA SUPERIOR EN  
HOTELERIA

ESPACIO CURRICULAR

***PRACTICA PROFESIONAL I***

DOCENTE: PATRICIA SINOPOLI

CURSO: 2do AÑO

2018

**PROVINCIA DE BUENOS AIRES  
DIRECCIÓN GENERAL DE CULTURA Y EDUCACIÓN  
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

**INSTITUTO SUPERIOR DE FORMACIÓN DOCENTE Y TÉCNICA N° 46**

**CARRERA: TÉCNICO SUPERIOR DE HOTELERÍA**

**ESPACIO CURRICULAR: PRÁCTICA PROFESIONAL I**

**CURSO: 2° AÑO**

**CICLO LECTIVO: 2018**

**CANTIDAD DE HORAS SEMANALES: 4 HS.**

**PROFESORA/A : SINÓPOLI PATRICIA**

**PLAN AUTORIZADO POR RESOLUCIÓN N° 278/0**

**FUNCIONES DE LA CATEDRA:**

El Plan de Estudios de la Tecnicatura en Hotelería establece que la finalidad de la realización de prácticas es acercar al alumno de forma presencial a la realidad empresarial / institucional y laboral aportándole una formación global en lo académico, integral como persona, y que capacite al titulado, como gestor de cualquier empresa o actividad relacionada con el sector hotelero.

Por otra parte, el mismo Plan de Estudios define al espacio como materia obligatoria.

Las prácticas que realicen los alumnos del Instituto están reguladas por resolución n°278/0

Esta propuesta pedagógica le da gran importancia a la práctica profesional; es por ello que desde el segundo año de la carrera se inician las prácticas en diferentes tipos de hospedaje, recorriendo las áreas y departamentos que son indispensables para finalizar en tercer año con la administración de un establecimiento hotelero, con toda la documentación pertinente al mismo. Se proponen trabajos de campo en diversos espacios que posibilita la observación, la práctica y la reflexión acerca de competencias básicas, que irán definiendo el rol de cada uno en una potencial empresa propia o privada o equivalentes.

Se realizan visitas guiadas planificadas con los docentes y realizadas por los alumnos en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, cuyo barrio o localidad será elegido por los alumnos, justificando el motivo de la elección.

Para ello, los alumnos buscarán fuentes de información escrita, de instituciones civiles y educativas, como así las narraciones orales de los vecinos.

El profesor de prácticas es el encargado de la promoción de la participación de todos los involucrados en las mismas y como tal visualiza las gestiones necesarias con las empresas e

instituciones, distribuye a los alumnos según criterios establecidos, los acompaña en la realización de sus prácticas, recaba la evaluación de las empresas e instituciones y fija y avala con su firma la evaluación final del alumno.

A fin de que el alumno acceda a las Prácticas con los conocimientos y habilidades necesarias para cumplir los objetivos establecidos, se implementaran actividades de investigación en las que deberán llevar a cabo relevamientos de hoteles.

La importancia de acercar el alumno al espacio de la práctica hotelera en el 2º Año de la Tecnicatura, asegura que los contenidos obtenidos en las asignaturas anteriores se verán relacionados, ya que este espacio actúa transversalmente sobre ellas.

Además se le da la oportunidad de interactuar con sus pares, tal como si estuviera desempeñándose en el mundo hotelero y realizando las tareas específicas de las áreas en donde seguramente le corresponderá operar.

Posibilita al alumno realizar tomas de decisiones eficaces para el mejor desenvolvimiento en su actividad futura

### FUNDAMENTACION

La Hotelería es una rama del turismo, que brinda el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren. Cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades. La hotelería es muy importante dentro del mundo turístico, ya que brinda la estadía del turista en el viaje. Es la Industria que se ocupa de proporcionar a los clientes alojamiento, comida y otros servicios, mediante pago.

En un principio, los viajes estaban destinados sólo a comerciantes y a las clases más adineradas, que empiezan a salir de vacaciones fuera de sus ciudades y exigen unos establecimientos de acorde a sus posibilidades. Y para que todo esto sea posible, es necesario el surgimiento de una serie de establecimientos donde los viajeros puedan comer y pernoctar, es el nacimiento de la hostelería propiamente dicha.

La evolución ha sido tan espectacular que actualmente casi todas las personas que viven en países desarrollados tienen acceso a viajar y alojarse en establecimientos dignos, lo que ha dado lugar a la creación de una de las industrias más poderosas del mundo: el turismo que está íntimamente relacionado con la hostelería.

Hay podemos encontrar en cualquier sitio establecimientos hosteleros de todo tipo y la competencia del mercado es tan fuerte, que ha repercutido en que las tarifas se hayan ido abaratando en beneficio de los usuarios. Se trata de un sector que da trabajo a una gran parte de la población.

La administración hotelera es importante es la encargada de llevar una adecuada administración en los hoteles. El objetivo de la administración hotelera, es trabajar para aumentar la satisfacción del cliente tanto interno como externo, para que sea nuevo y

novedoso. La administración hotelera trata de desarrollar todas las actividades necesarias para conseguir unos objetivos previamente establecidos. El concepto de administración hotelera tienen origen desde la función básica que posee un administrador de empresas y es importante que se considere que se encuentra inicialmente limitada a la planificación y a la distribución eficientemente realizada de todos los fondos necesarios para cubrir aquellas operaciones que le corresponden a un negocio empresario de este estilo

De todas formas, este concepto acerca de la administración hotelera, ha sufrido una evolución drástica de tal manera que, si en una empresa de hotelería se implementa un modelo eficiente para la administración hotelera, es posible que mediante la misma se puede lograr el alcance de todos aquellos objetivos que se impone una empresa al momento de su constitución, especialmente cuando se coordinan los procesos actualizados mediante los cuales los responsables de la empresa hotelera toman las decisiones correspondientes que incluyen todas las actividades que se desarrollan en el hotel en cuestión. Administración hotelera-gerente La administración hotelera persigue dos importantes objetivos que poseen una prioridad diferente. Por ejemplos, si hablamos del objetivo primario diremos que se trata de la maximización de todas aquellas acciones que están en pos del bienestar económico de las personas propietarias de la empresa hotelera. Es importante tener en consideración que este objetivo de la administración hotelera se interpreta como la maximización del precio con las que se costean las acciones comunes, algo que implica una diferencia con respecto a la maximización correspondiente a la ganancia por acción o a la ganancia neta. El segundo objetivo claro que tiene que ver con la aplicación de la administración hotelera es, definitivamente, el lograr la satisfacción tanto de los empleados como de la comunidad en la cual la empresa lleva a cabo sus actividades, por ende, es común asociar esto con los objetivos personales de la empresa, sin embargo, si se habla de la administración hotelera desde un punto de vista financiero, generalmente el mismo resulta tener una relevancia mucho menores cuando a la maximización de los precio

El área de especialidad del Técnico en Hotelería es la administración de la dirección y el control de los procesos y departamentos en operación más importantes de los negocios hoteleros. Su responsabilidad es la dirección de la empresa y la generación de resultados a largo plazo asegurando la satisfacción del cliente.

Las funciones que debe desarrollar el estudiante, potencial técnico, están relacionadas con la administración de empresas turísticas, optimización del servicio y recursos del área de alimentación y bebidas, la calidad del servicio y optimización de recursos de la división de administración y desarrollo de recursos humanos, el conocimiento de la implementación

la importancia del concepto de eco-hotelería y eco-turismo, la administración del área de mantenimiento y aspectos técnicos de las instalaciones, la administración de las operaciones para la optimización de procesos, minimizando costos y asegurando la calidad del servicio.

La propuesta curricular de la Asignatura Práctica Profesional I en el segundo año de la Carrera de Técnico Superior en Hotelería, reviste importancia fundamental para la formación profesional del alumno que transita la carrera.

Aporta las herramientas necesarias para realizar tareas técnicas, operativas y estratégicas en ámbitos públicos como privados, actuando como técnico o administrador

Asimismo lo capacitará para saber utilizar en modo correcto los razonamientos para la resolución de conflictos, respondiendo como un líder institucional observando y tomando decisiones en lo que respecta a la dinámica de los grupos, relacionados con el desempeño de su actividad laboral.

En resumen, el puesto de practicante provee al estudiante una mayor comprensión de las demandas de la profesión elegida, así como de las habilidades requeridas para su ejecución. Además, permite al estudiante entender la conexión entre qué se estudia y cómo se aplica en el mundo laboral, a la vez que realza el conocimiento del estudiante y su potencial para aspirar y alcanzar puestos de trabajo que llenen sus expectativas.

#### **EXPECTATIVAS DE LOGRO:**

- Conocer las distintas áreas operativas del hotel y el manejo de la documentación correspondiente
- Desarrollar estrategias para la mejor planificación de las tareas.
- Utilizar correctamente formularios de ingreso, reports, racks, listas de pasajeros y de reservas, y documentación en general.
- Programación, ejecución y supervisión de Sistemas Administrativos y de Reservas
- Elaboración de proyectos de organizaciones hoteleras y gastronómicas.

#### **PROPÓSITO DEL DOCENTE:**

- ✓ Formar profesionales que sepan desempeñar correctamente sus funciones con actitud positiva y de colaboración en el ámbito laboral.
- ✓ Facilitar al estudiante conocimientos, experiencias y habilidades para desempeñarse con eficiencia como colaborador en la administración y gestión de servicios turísticos, tendiente a lograr una adecuada inserción laboral.
- ✓ Acercar al estudiante información suficiente sobre las distintas especialidades en que puede desarrollarse la actividad, que le permita participar en actividades de programación y promoción del turismo, de coordinación de grupos y de implementación de servicios turísticos.
- ✓ Contribuir a completar el ciclo de formación de los alumnos en lo referente a la asignatura Práctica Profesional en donde el relevamiento hotelero en 2do Año de la Tecnicatura forma parte del Diseño Curricular de la misma.
- ✓ Despertar vocaciones ligadas a diferentes actividades que se desarrollan en el quehacer turístico y que brindan grandes posibilidades ante el mundo laboral próximo.
- ✓ Revalorizar el Patrimonio Natural, Nacional, Provincial y Municipal.
- ✓ Conocer el patrimonio histórico del país, de la Provincia de Bs.As. y del Partido de La Matanza a través de sus sitios, relacionados con las tierras de la comunidad aborigen, los personajes históricos, con el espacio geográfico y las sociedades que los habitan, con sus cambios y continuidades.

- ✓ Contribuir a la protección y cuidado del medioambiente teniendo en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas y sociales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno

## **OBJETIVOS CURRICULARES.**

### ***OBJETIVO GENERAL.***

Formar profesionales capaces de impulsar el desarrollo económico y social del país a través del manejo profesional de servicios turísticos y hoteleros, de conformidad con las políticas de desarrollo del país.

### ***OBJETIVOS ESPECÍFICOS***

Al finalizar su formación profesional, el egresado será capaz de:

- Conocer la organización de una empresa hotelera a través de la práctica profesional abarcando las áreas operativas y administrativas del hotel.
- Desarrollar las habilidades y consolidar los conocimientos de la especialidad, mediante el desempeño real de una posición de trabajo en un hotel de alta categoría(pasantía)
- Administrar distintos tipos de servicios turísticos.
- Administrar diferentes departamentos de servicios hoteleros a nivel de mandos intermedios.

### **ENCUADRE METODOLÓGICO:**

La asignatura se desarrollará dentro de un marco teórico- práctico con actividades de aprendizaje dentro del aula, que se relacionarán directamente con las diferentes áreas y funciones de empresas de alojamiento y gastronomía.

### **RECURSOS:**

Toma de apuntes.

Trabajos prácticos con documentación hotelera.

Técnicas de Role-Playing en clase representando situaciones específicas.

Listas de hoteles

Fotocopias

Videos

### **CONTENIDOS GENERALES:**

**UNIDAD 1:**

**La Empresa hotelera:** organigrama. Tipos y funciones de cada área o departamento. El perfil del hotelero, actitud de servicio, cualidades requeridas. Ética profesional.  
**Departamento de Reservaciones:** Material de trabajo. Formas impresas. Cartas tipo. Cancelaciones. Depósitos. Reembolsos. Cupones. Gráficas de ocupación. Racks. Archivo del departamento.

**UNIDAD 2:**

**Departamento de Recepción y Conserjería:** Material de trabajo. Formas impresas. Registros y libros. Listas de cortesías. Reporte del Ama de llaves. Control de llaves. Manejo de tarjetas de crédito. Cupones. Cheques. Salida de comprobantes y documentos de la caja de recepción. Revisión diaria. Informe de caja. Procedimientos en el servicio de telefonía: llamadas especiales, por despertar. Archivo.

**UNIDAD 3:**

**Departamento de Pisos:** Materiales. Papelería utilizada. Reportes de mantenimiento. Reportes del ama de Llaves. Inventarios. Control de llaves de las habitaciones. Archivo del Departamento.  
**Departamento de seguridad:** Papelería utilizada. Reportes de extravíos. Reloj chequeador. Reportes de seguridad. Bitácoras. Archivo del departamento.

**UNIDAD 4:**

**Departamento de Alimentos y Bebidas:** Papelería utilizada en la jornada diaria. Reporte de compras varias. Fichas de inventarios permanentes. Órdenes. Comandas. Vales de pedidos. La práctica en los diferentes servicios: bar-buffet, restaurante, banquetes. Evaluación de los empleados. Relevé de cocina. Croquis de banquetes, bar-buffet y restaurante.

**UNIDAD 5:**

**Departamento De Reservas:** Documentos de reservas. Tipos de reservas. Programas on line. Programa Ópera, Fidelio. Planillas para reservas de grupos. Reserva de eventos.

**UNIDAD 6:** Departamentos de Seguridad y Mantenimiento: Reports de otros departamentos. Memos. Planificación de seguridad hotelera. Protocolos de evacuación. Material impreso correspondiente.

**PRESUPUESTO DE TIEMPO:**

Unidad 1: abril-mayo  
Unidad 2: junio-julio  
Unidad 3: agosto-septiembre  
Unidad 4: octubre-noviembre

## **ARTICULACIÓN CON EL ESPACIO DE LA PRÁCTICA INSTRUMENTAL Y EXPERIENCIA LABORAL:**

Este espacio curricular que desarrolla las capacidades y destrezas del alumno en cuanto a la organización, planificación y operación en las diversas áreas del hotel, articula directamente con el espacio de la práctica profesional ya que le brinda las herramientas necesarias para lograr un óptimo desempeño en la práctica instrumental (pasantía) y en el ámbito laboral seleccionado.

## **PROYECTO DE EXTENSIÓN ACADÉMICA:**

Los alumnos de la cátedra realizarán un inventario de los hoteles relevados, solicitados anteriormente por el profesor, con todos sus servicios y características con el propósito de integrar una base de datos para la selección de los mismos en los futuros viajes de estudios y visitas programadas por la Institución. Seleccionaran un barrio y analizaran los servicios que caracterizan a ciertos hoteles

Proyecto de un hotel en el Instituto .Incluye el armado ficticio de las dependencias de un hotel en un espacio del Instituto con la atención de los alumnos del curso de 2do año, que “jugaran” a interpretar los roles con los que se sientan identificados dentro del establecimiento hotelero. Se invitará a los alumnos de la Tecnicatura en Turismo y a los que concurren a la EES n° que estudien Gestión Empresarial, ya que podrán intervenir y descubrir cómo se administra una empresa hotelera.

## **EVALUACIÓN:**

La evaluación tiene un gran significado para su posterior desarrollo del alumno como profesional. La misma apuntará a observar los saberes previos de los alumnos y la capacidad de resolución ante la problemática presentada.

Acorde con los nuevos criterios de evaluación, la misma será continua en cuanto al desarrollo de los trabajos prácticos en el aula.

## **CRITERIOS DE EVALUACIÓN:**

Un parcial en cada cuatrimestre, con aprobación numérica de 07 puntos.

Trabajos prácticos de elaboración de documentos hoteleros, trabajados en clase, con el logo institucional.

Visitas a hoteles y ferias.

Programación y participación en eventos

Un trabajo práctico final.

Estas instancias serán necesarias para que el alumno obtenga la aprobación de la Asignatura Práctica Profesional I.

Final oral al término de la cursada.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

Apuntes del profesor.

Organización y control de alojamiento. Isabel Milio Balanzá. Ed. 2003

Organización y control de empresas en hostelería y turismo. José Antonio Dorado. Ed. Síntesis. 1996.

Gestión de producción de alojamientos y restauración. Cerra/Dorado/Estepa/García. Ed. 2000.

Manual de recepción hotelera: principios y técnicas Fernando Corral Mestas Septem

Ediciones Primera edición: enero, 2006

Departamento de Gobernanta de Hotel - Sistemas y Procesos Edición Española– María José Olmo Garre 2001

Competencias del Recepcionista Hotelero con un enfoque por procesos: Determinación del perfil de competencias mediante un enfoque por procesos Midiala Oropesa Vento 2011

Check-in Check-Out: Managing Hotel Operations (9th Edition) Gary K. Vallen, Jerome J. Vallen

Eventos, Reuniones y Banquetes, Lluís Mesalles Canals, 2004

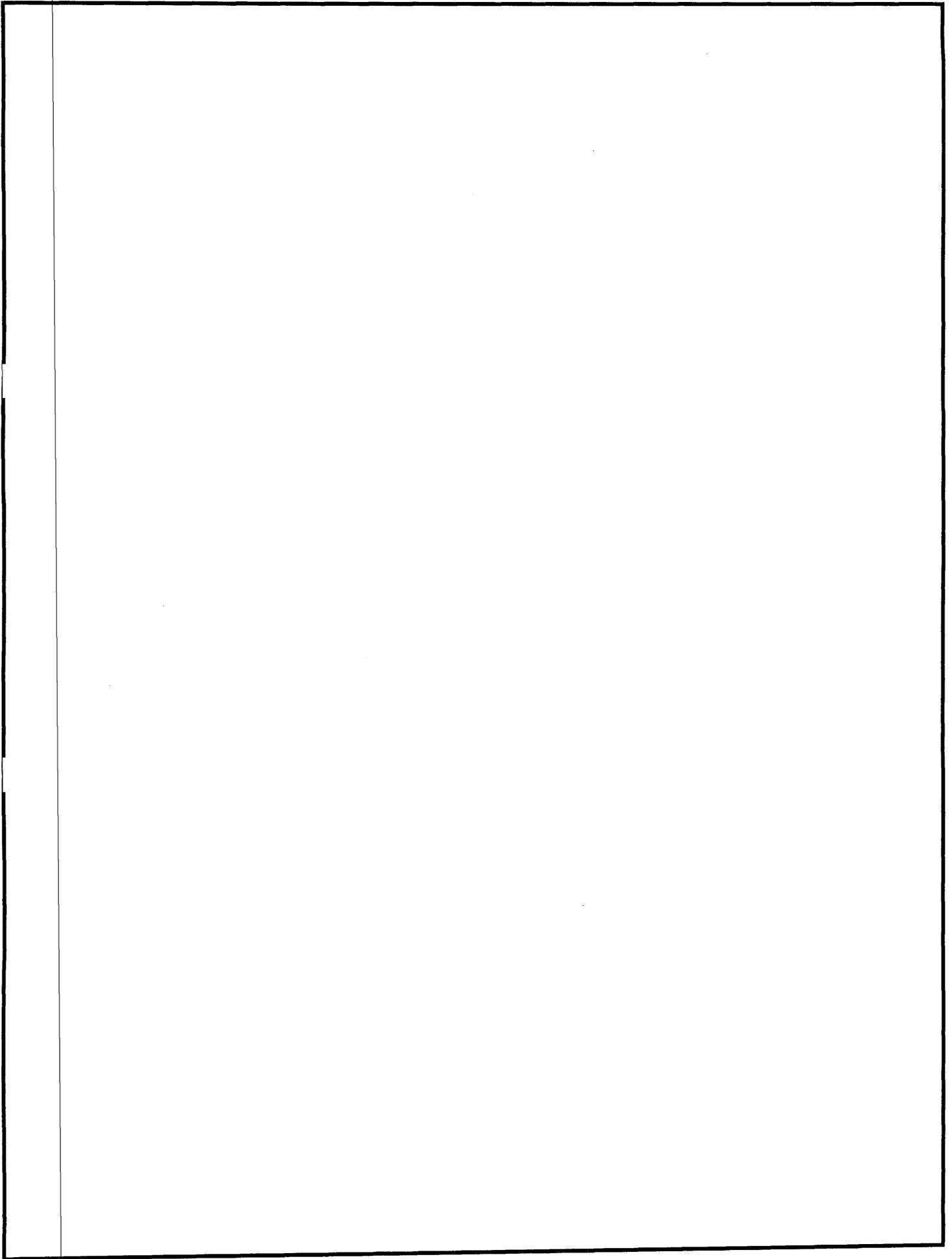
Los recursos humanos en el ámbito turístico, Sonia Agut 2013

Contabilidad, control de gestión y finanzas de hoteles, Oriol Amat, Fernando Campa 2011

Gestión de Alimentos y Bebidas Para Hoteles, Bares y Restaurantes, Jesús Felipe Gallego 2006

Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo VARIOS 2013

Atención al Cliente en Hostelería, Kye-Sung Chon , Raymond T. Sparrowe 2002



M/06/18



**PROYECTO DE CATEDRA, INVESTIGACION DE MERCADOS .CARRERA HOTELERIA,  
SEGUNDO AÑO**

**PROVINCIA DE BUENOS AIRES  
DIRECCIÓN GENERAL DE CULTURA Y EDUCACIÓN  
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

**INSTITUTO SUPERIOR DE FORMACIÓN TÉCNICA Y DOCENTE N° 46**

**CARRERA: TÉCNICO SUPERIOR DE HOTELERIA**

**ESPACIO CURRICULAR: INVESTIGACION DE MERCADOS**

**CURSO: 2º AÑO**

**CICLO LECTIVO: 2018**

**CANTIDAD DE HORAS SEMANALES: 1 H.**

**PROFESOR/A : LIC GABRIELA S NUNEZ**

**PLAN AUTORIZADO POR RESOLUCIÓN N° 280/03**

**FUNDAMENTACION:**

El propósito de esta Cátedra será proveer a los egresados de esta Institución de las herramientas más actualizadas , a fin de lograr su inserción en el mercado laboral , su análisis estudio e interpretación , a fin de generar proyectos rentables de inversión y una acertada búsqueda e inserción en los nichos de mercado de mayores posibilidades dentro de la industria hotelera.

Es deseo de esta Cátedra , que los egresados de esta Institución se distingan por su formación teórica pero por sobre todo en las prácticas acordes a cada etapa de su formación.

En esta Cátedra en particular se proveerá de las herramientas que brindarán a nuestros alumnos la capacidad de adaptarse a los mercados cambiantes , analizando situaciones reales con las que los futuros técnicos van a enfrentarse en sus desafíos laborales , formando así modernos profesionales con éxito en su desarrollo laboral.

Es necesario para nosotros los profesores , brindar una formación acorde y calificada a fin de cubrir todos los aspectos de la actividad y específicamente responsabilidad de esta cátedra el identificar y cualificar los distintos tipos de clientes y mercados donde se desarrollará su actividad profesional y técnica a futuro.

Es de suma importancia preparar a los futuros técnicos en Hotelería para integrarse a un mercado laboral altamente competitivo y exigente

Una capacitación de calidad que los provea de herramientas modernas , hará posible que nuestros Técnicos se encuentren preparados para intuir y analizar antes que el resto los movimientos internos y externos del sector, para lo cual se capacitará sobre las herramientas de análisis para anticiparse a la competencia y esto incluye el análisis tanto

de los mercados reales como las nuevas tendencias virtuales y manejo de redes y estrategias web.

### **EXPECTATIVAS DE LOGRO:**

- Integración de conceptos y metodologías de la Investigación de Mercados para el posterior análisis de planes y nuevas estrategias de comercialización de productos y servicios hoteleros . Se analizará en un principio los inicios de las actividades comerciales y transacciones , tanto en productos como en servicios a fin de analizar los antecedentes sobre los métodos de investigación y el entendimiento de la importancia en la utilización de los recursos que provee.
- Selección y procesamiento de información dentro del mercado hotelero, acercando a los alumnos los distintos tipos de investigación utilizados en la actualidad, cada vez que resulte necesario al evaluar proyectos de inversión con la mayor previsión posible
- Interpretación de investigación de comercialización de productos hoteleros . La aplicación efectiva de las distintas técnicas de investigación que estén a nuestro alcance y que se puedan aplicar a los distintos productos y servicios vinculados a nuestra actividad. El aprendizaje de las herramientas adecuadas sobre una correcta segmentación de los mercados , de acuerdo a nuestra situación geográfica puntual, dentro de los alcances nacionales e internacionales y el correcto análisis de los factores sociales y macroeconómicos que hacen a la actividad .

### **PROPÓSITO DEL DOCENTE:**

Es claro propósito de esta Cátedra brindar elementos teóricos y asimismo la puesta en práctica de los mismos a fin de capacitar a los futuros técnicos en el uso y desarrollo de planes de acción y desarrollo dentro de la actividad hotelera ,tanto dentro del sector público como el sector privado

### **ENCUADRE METODOLÓGICO:**

Dentro del encuadre de la materia se hará especial referencia al método que se utilizará para llevar a cabo cada proceso de enseñanza , logrando el interés y participación activa de los alumnos en cada etapa de la adquisición de nuevos conocimientos. Estos procesos se desarrollarán contando con distintos recursos didácticos.

- 1) Clases teóricas : Se brindará a los alumnos información teórica , bibliografía , apuntes calificados necesarios para adquirir los conocimientos específicos y el

vocabulario técnico. La lectura comprenderá material obligatorio y asimismo lecturas optativas durante el período de cursada .

- 2) Clases prácticas : dado el carácter técnico de la carrera , resultará de suma importancia que los alumnos se encuentren preparados para plasmar los conocimientos teóricos en la realización de un Proyecto de Investigación hotelero dentro de condiciones reales de acuerdo a la situación de un mercado real y analizando variables reales y concretas en nuestro país
- 3) Trabajo práctico : Será obligatorio de acuerdo a los conocimientos adquiridos , grupal sin excepción debido al uso de las técnicas provistas , con un máximo de 4 (cuatro ) integrantes por equipo. Con tema a designar por los alumnos dentro del marco hotelero. El trabajo se presentará en forma escrita con carácter obligatorio y deberá cumplimentar el formato básico de presentación profesional , pautas que serán provistas a los alumnos dentro del material teórico, fin de lograr la máxima similitud con las actuales presentaciones de investigación y márketing en la actualidad. Dicho proyecto será obligatorio para todos los alumnos , se presentará por escrito y será defendido en forma teórica e individual al finalizar la cursada .

#### **RECURSOS:**

Bibliografía obligatoria y lectura optativa

Toma de apuntes en clase .

Clases prácticas sobre la materia.

Búsqueda de información por parte del alumno.

#### **PRACTICAS ;**

Con el objeto de que los futuros técnicos tomen contacto con el mercado hotelero real, ésta cátedra hará propicia a toda participación del alumnado a Ferias y Espacios de exposiciones turísticas relevantes dentro de nuestro mercado local, así también como la participación a charlas y conferencias y participación de profesionales del marketing turístico de nuestro ámbito como invitados durante el ciclo lectivo.

#### **CONTENIDOS GENERALES:**

- Introducción a la investigación de mercados como actividad propia dentro de un proceso de márketing y su papel decisorio en los negocios . Surgimiento y aplicaciones en sus orígenes , influencia de las tecnologías actuales para su actual crecimiento
- El plan de marketing como idea de información y análisis de los hechos por medio de acciones estratégicas .
- Análisis de la situación y selección de la información. Desarrollos de estrategias de investigación , variables de decisión y estados de duda .
- Cómo se utiliza una investigación en la planificación de proyectos hoteleros .

- Producto: definición, elección de un producto
- Distintos métodos de investigación, la entrevista y los tipos de entrevista (personales , telefónicas , por correo, internet, foros virtuales , etc ) pros y contras de cada una.
- Etapas del estudio.
- Aplicaciones prácticas sobre productos : publicidad , imagen y posicionamiento de un producto.
- Estudio de la calidad aplicada al sector turístico y hotelero . Percepcion del cliente . Cadena de Valor .
- Métodos de investigación. Las fuentes de la información, La investigación culitativa y cuantitativa.
- Muestreo
- Validez y confiabilidad de las mediciones
- Métodos de investigación; encuestas : cómo redactar un cuestionario. Cómo escoger el tipo correcto de preguntas Pruebas de cuestionario. Investigación de la investigación, Pautas y verificación
- Codificación y tabulación de las encuestas
- Preparación del informe
- Métodos de observación de conductas y paneles
- Medicion de actitudes , distintas técnicas de análisis
- Analisis de los distintos tipos de mercados en la actualidad .
- Análisis de matriz FODA ( y en que se basa el estudio de FORTALEZAS, DEBILIDADES , OPORTUNIDADES Y AMENAZAS ) dentro de un proyecto de investigación de mercados .
- Análisis de la competencia
- Escenarios sociales : políticos , económicos , legales , tecnológicos y socioculturales dentro de la micro y macro situación de mercados nacionales , y globales
- Los medios actuales de comercialización, las distintas conductas de compra
- Segmentos de mercado, nichos y determinación de un Target. LA PIRAMIDE DE MASLOW.
- Proyectos sobre demandas
- Prueba de Producto, etapas del producto. Investigación de nombres.
- Concepto de imagen e identidad

#### **BIBLIOGRAFÍA:**

Apuntes del profesor. Revista Gestión. Revista Mercado  
 Investigación de Mercados . Guia maestra para el profesional, Jeffrey Pope  
 Introduccion a la gestión de Marketing para empresas Turisticas Lucia Tamagni, C  
 Espinosa y Marina Zanfardini  
 INGRODUCCION A LA INVESTIGACION DE MERCADOS DE MARCELA BENASINNI

Marketing Turistico . Perspectivas des de la planificación, Roberto Boullion 2009

Organización y control de alojamiento. Isabel Milio Balanzá. Ed. 2003  
El Marketing según Kotler . Phillip Kotler  
Revista Gestión .

#### **PRESUPUESTO DE TIEMPO:**

32 hs Cátedra. Durante el transcurso de las mismas se alternarán : carga teórica de los conocimientos requeridos , con tiempo de trabajo en clase sobre los distintos proyectos de investigación a realizar por los alumnos

#### **ARTICULACIÓN CON EL ESPACIO DE LA PRÁCTICA INSTRUMENTAL Y EXPERIENCIA LABORAL:**

Este espacio curricular que desarrolla las capacidades y destrezas del alumno en cuanto al conocimiento de una de las áreas básicas del hotel, articula directamente con el espacio de la práctica profesional ya que le brinda las herramientas necesarias para lograr un óptimo desempeño en la práctica instrumental y en el ámbito laboral seleccionado.

#### **EVALUACIÓN:**

La evaluación tiene un gran significado para su posterior desarrollo del alumno como profesional. La misma apuntará a observar los saberes previos de los alumnos y la capacidad de resolución ante la problemática presentada.

Acorde con los nuevos criterios de evaluación, la misma será continua en cuanto al desarrollo de los trabajos prácticos en el aula.

#### **CRITERIOS DE EVALUACIÓN:**

Un parcial dentro del primer cuatrimestre , con aprobación numérica de 04 puntos.

Un trabajo práctico final individual realizado en base al trabajo práctico arriba detallado

La devolución de resultados será individual y acercando al alumno la posibilidad de comprensión del o de los errores, a fin de superar tal dificultad en una futura evaluación

Estas instancias serán necesarias para que el alumno obtenga la aprobación de la Asignatura Administración de Pisos. De no poseer alguna de las acreditaciones citadas aprobadas y el 60% de las asistencias a clase, deberá recursar la materia.

Final oral al término de la cursada defendiendo el trabajo practico realizado.

**PROGRAMA 2018**  
**CARRERA: TÉCNICO SUPERIOR DE HOTELERIA**  
**ESPACIO CURRICULAR: INVESTIGACION DE MERCADOS**  
**CURSO: 2º AÑO**  
**CICLO LECTIVO: 2018**  
**CANTIDAD DE HORAS SEMANALES: 1 HORA**  
**PROFESOR/A : LIC GABRIELA S NUNEZ**

- Introduccón a la investigación de mercados como actividad propia dentro de un proceso de márketing y su papel decisorio en los negocios . Surgimiento y aplicaciones en sus orígenes , El cambio de los mercados antes y después de la revolución Industrial.
- El mercado, la oferta y la demanda . Los mercados tradicionales y las nuevas formas de comercialización en los tiempos de Inernet,
- Qué es el marketing y qué rol juega la investigación de Mercados dentro del Area comercial de una empresa.
- Las 4 P del Marketing y el Marketing Mix, el posicionamiento.
- El concepto de la estrategia de Marketing como plan integral de una empresa y el rol de la Investigación de Mercados como fuente de información y análisis de los hechos.
- Análisis de la situación y selección de la información. Desarrollos de estrategias de investigación , variables de decisión y estados de duda .
- Cómo se utiliza una investigación en la planificación de proyectos hoteleros .
- La Innovación , definición y nuevas tendencias aplicadas a la Industria Hotelera.
- Producto: definición, elección de un producto. Servicio. Definición, Diferencias y puntos en común, atributos de un producto o Servicio. Beneficios de un Producto o Servicio. Prueba de producto, las etapas de un producto, investigación de nombre , Imagen e Identidad.
- Las necesidades del consumidor. La pirámide de Maslow. Los comportamientos del consumidor. Segmentos de mercado, nichos de Mercado en la actualidad. Determinación de nuestro Target.
- Distintos métodos de investigación, las fuentes de información , la observación y el brainstorming
- El sondeo de opinión a través de internet. Su evaluación y estadísticas .
- La entrevista , tipos de entrevista (personales , telefónicas , por correo, internet, foros virtuales , etc ) pros y contras de cada una.
- La Encuesta.
- El análisis de la competencia
- La Información primaria y secundaria , cualitativa y cuantitativa
- Los observatorios de Información turísticas y flujo de carga de turistas . Big data . concepto y usos actuales
- Etapas del estudio.

- Aplicaciones prácticas sobre productos : publicidad , imagen y posicionamiento de un producto.
- Estudio de la calidad aplicada al sector turístico y hotelero . Percepcion del cliente . Cadena de Valor .
- Métodos de investigación. Las fuentes de la información, La investigación cualitativa y cuantitativa.
- Muestreo
- Validez y confiabilidad de las mediciones
- Métodos de investigación; encuestas : cómo redactar un cuestionario. Cómo escoger el tipo correcto de preguntas Pruebas de cuestionario. Investigación de la investigación, Pautas y verificación
- Codificación y tabulación de las encuestas
- Preparación del informe
- Métodos de observación de conductas y paneles
- Medicion de actitudes , distintas técnicas de análisis
- Analisis de los distintos tipos de mercados en la actualidad .
- Análisis de matriz FODA ( y en que se basa el estudio de FORTALEZAS, DEBILIDADES , OPORTUNIDADES Y AMENAZAS ) dentro de un proyecto de investigación de mercados .
- Análisis de la competencia
- Escenarios sociales : políticos , económicos , legales , tecnológicos y socioculturales dentro de la micro y macro situación de mercados nacionales , y globales
- Los medios actuales de comercialización, las distintas conductas de compra
- Segmentos de mercado, nichos y determinación de un Target. LA PIRAMIDE DE MASLOW.
- Proyectos sobre demandas
- Prueba de Producto, etapas del producto. Investigación de nombres.
- Concepto de imagen e identidad
- La comercialización a través de Internet y las Redes Sociales

#### **ENCUADRE METODOLÓGICO:**

- 1) Clases teóricas : Se brindará a los alumnos información teórica ,apuntes própios , bibliografía , apuntes calificados necesarios para adquirir los conocimientos específicos y el vocabulario técnico. La lectura comprenderá material obligatorio y asimismo lecturas optativas durante el período de cursada .

- 2) Clases prácticas : dado el carácter técnico de la carrera , resultará de suma importancia que los alumnos se encuentren preparados para plasmar los conocimientos teóricos en la realización de un Proyecto de Investigación hotelero dentro de condiciones reales de acuerdo a la situación del mercado hotelero real y analizando variables reales y concretas en nuestro país
- 3) Trabajo práctico : Será obligatorio de acuerdo a los conocimientos adquiridos , grupal sin excepción debido al uso de las técnicas provistas , con un máximo de 4 (cuatro ) integrantes por equipo. Con tema a designar por los alumnos dentro del marco hotelero. El trabajo se presentará en forma escrita con carácter obligatorio y deberá cumplimentar el formato básico de presentación profesional , pautas que serán provistas a los alumnos dentro del material teórico, fin de lograr la máxima similitud con las actuales presentaciones de investigación y márketing en la actualidad. Dicho proyecto será obligatorio para todos los alumnos , se presentará por escrito y será defendido en forma teórica e individual al finalizar la cursada .
- 4)

#### **PRACTICAS ;**

Con el objeto de que los futuros técnicos tomen contacto con el mercado hotelero real, ésta cátedra hará propicia a toda participación del alumnado a Ferias y Espacios de exposiciones turísticas relevantes dentro de nuestro mercado local, así también como la participación a charlas y conferencias y participación de profesionales del marketing turístico de nuestro ámbito como invitados durante el ciclo lectivo.

#### **CONTENIDOS GENERALES:**

##### **BIBLIOGRAFÍA:**

Apuntes del profesor. Revista Gestión. Revista Mercado

Investigación de Mercados . Guia maestra para el profesional, Jeffrey Pope

Introduccion a la gestión de Marketing para empresas Turísticas Lucia Tamagni, C

Espinosa y Marina Zanfardini

INGRODUCCION A LA INVESTIGACION DE MERCADOS DE MARCELA BENASINNI

Marketing Turistico . Perspectivas des de la planificación, Roberto Boullion 2009

Organización y control de alojamiento. Isabel Milio Balanzá. Ed. 2003

El Marketing según Kotler . Phillip Kotler

Revista Gestión .

**EVALUACIÓN:**

Se considerará aprobada la cátedra cumplimentando 02 (dos ) instancias de evaluación , Una en cada Cuatrimestre:

Un parcial dentro del primer cuatrimestre , con aprobación numérica de 04 puntos. Y con posibilidad de una fecha recuperatoria.

Segundo cuatrimestre : presentación escrita del trabajo grupal como esquema de los puntos trabajados en la investigación propuesta cuya nota no deberá ser inferior a 07 (siete ). Los alumnos deberán cumplimentar los requisitos anteriores para aprobar la cursada .

El examen final se aprobará con la presentación en forma grupal obligatoria donde cada alumno y su grupo en forma de exposición oral conjunta defiendan el trabajo realizado durante el año en forma oral y escrita . Este formato de trabajo práctico de Investigación serán de carácter obligatorio para aprobar la cursada .

La devolución de resultados será individual y acercando al alumno la posibilidad de comprensión de los posibles los errores. Estas instancias serán necesarias para que el alumno obtenga la aprobación de la Asignatura Administración de Pisos. De no poseer alguna de las acreditaciones citadas aprobadas y el 60% de las asistencias a clase, deberá recurrar la materia.

PROVINCIA DE BUENOS AIRES  
DIRECCIÓN GENERAL DE CULTURA Y EDUCACIÓN  
DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR

## **Instituto Superior Formación Técnica N° 46**

Instituto  
2 de Abril de 1982



### **PROGRAMA ANUAL**

**CARRERA:** Tecnicatura Superior en Hotelería

**ESPACIO CURRICULAR:** Costos y Compras

**CURSO:** 2° año

**CICLO LECTIVO:** 2018

**CANTIDAD DE HORAS SEMANALES:** 2 módulos

**PROFESORA:** Maria Claudia Vargas

**PLAN AUTORIZADO POR RESOLUCIÓN N°:** 5848/02; 1234/03;  
5886/03

## **PROGRAMA ANUAL MATERIA COSTOS Y COMPRAS**

### **PROPOSITO:**

La finalidad de este proyecto se centra en la necesidad de brindar una adecuada formación curricular a los alumnos, poniendo énfasis en los aspectos, pedagógicos y didácticos para garantizar idoneidad en su futuro desempeño laboral.

Para ello, se han propuesto los siguientes contenidos a ser tratados a lo largo del ciclo lectivo 2018.

### **CONTENIDOS:**

- **Unidad N° 1: El proceso productivo y los costos**

El proceso productivo y los costos. Conceptos. Los Costos y la Contabilidad. Ciclos. Vinculación con la Contabilidad Patrimonial. Clasificación de los costos según su relevancia para el proceso decisorio. Proceso para la acumulación de los costos.

- **Unidad N° 2: Costos de Servicios de Alojamiento y Costos Gastronómicos**

Costos de Servicios de Alojamiento y Costos Gastronómicos. Costos en las actividades de comercialización. Costo financiero. El uso de los Costos para el control. Sistemas de Equilibrio e indiferencia.

- **Unidad N° 3: El departamento de Costos**

El departamento de costos: funciones. Elementos del costo. La aplicación de los costos. Bases para calcular tarifas. Beneficio bruto y beneficio neto. La estacionalidad en la hotelería, influencia sobre tarifas.

- **Unidad N° 4: Funciones del Departamento de Compras**

Funciones del Departamento de Compras. Política de compras. Circuitos administrativos y operativos de la función de compras, de alimentos y bebidas y otros bienes. Sistema de control de precios de compras.

- **Unidad N° 5: Control de Stocks**

Control de stocks: almacén, economato, bodega. Condiciones técnicas y funcionales. Organización

y control. Inventarios.

- **Unidad N° 6: Presupuestos**

Planificación empresarial. La información proyectada. Ventajas y limitaciones en la elaboración de un presupuesto. Proceso de elaboración de los presupuestos operativos. Control de los presupuestos. Presupuestos rígidos y flexibles. Presupuestos basados en las actividades.

**BIBLIOGRAFIA:**

\* Para el Alumno:

- BACKER, MORTON, JACOBSEN, LYLE y RAMIREZ PADILLA, DAVID, Contabilidad de Costos: un enfoque administrativo para la toma de decisiones. Editorial Mc Graw Hill. 1988.
- AMAT, ORIOL y CAMPA, FERNANDO, Contabilidad, control de gestión y finanzas de hoteles. Editorial Profit. 2011

\* Para el profesor:

- BACKER, MORTON, JACOBSEN, LYLE y RAMIREZ PADILLA, DAVID, Contabilidad de Costos: un enfoque administrativo para la toma de decisiones. Editorial Mc Graw Hill. 1988.
- AMAT, ORIOL y CAMPA, FERNANDO, Contabilidad, control de gestión y finanzas de hoteles. Editorial Profit. 2011.
- AMAT, ORIOL y SOLDEVILA, PILAR, Contabilidad y gestión de costos. Editorial Profit. 2011.
- MERCADE, MARCELO M., Costos para la toma de decisiones. Editorial Aplicación Tributaria. 2009.
- ARBO, JORGE, Costos y gestión ética ante el caos. Editorial Aplicación Tributaria. 2011.
- GIMENEZ, CARLOS M. (COORDINADOR), Gestión y costos. Editorial Macchi. 2001.
- CARRATALA, JOSE (COORDINADOR), Costos y gestión con Excel. Editorial Omicron System. 2003.

**EVALUACION:**

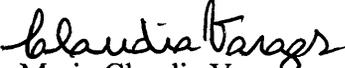
Para la evaluación se tendrá en cuenta: caligrafía, ortografía, redacción, expresión oral, coherencia y eficiencia argumentativa, como también el vocabulario específico y la presentación en tiempo y forma de los trabajos.

Si bien esta se hará de manera continua durante todo el año, están planificadas dos instancias de evaluación, al finalizar cada uno de los dos cuatrimestres del año. Los alumnos que alcancen el 60% de asistencia a clase (Resolución N° 4043 y PIE del ISFT N° 46), y que además cumplan con las consignas hechas por el docente durante la etapa de seguimiento y evaluación continua, accederán a dichas instancias de evaluación.

Para aprobar la cursada los alumnos deben sacarse en los parciales de cada cuatrimestre una nota igual o mayor a 4 (cuatro). En caso de desaprobado los parciales de cada cuatrimestre, el alumno deberá aprobar los recuperatorios en las semanas establecidas por el Instituto Superior de Formación Técnica N° 46.

Se podrá realizar un trabajo integrador con aquellos alumnos que, teniendo buena participación en clases, no hayan logrado la calificación mínima.

Se recursara la materia si el alumno desaprueba el recuperatorio de cualquiera de los dos cuatrimestres. Aprobadas dichas instancias de evaluación, el alumno obtendrá la regularidad de la materia.

  
Maria Claudia Vargas  
Licenciada en Administración  
Contadora Pública

**PROYECTO DE CÁTEDRA**

**INSTITUTO SUPERIOR DE FORMACIÓN TÉCNICA N° 46**

CARRERA: TÉCNICO SUPERIOR EN HOTELERIA

ASIGNATURA: RECREACION Y ANIMACION SOCIOCULTURAL

CURSO: SEGUNDO

CICLO LECTIVO 2018

CANTIDAD DE MÓDULOS SEMANALES: 1

CANTIDAD DE HORAS RELOJ, ANUALES: 32

PLAN AUTORIZADO POR RESOLUCIÓN:

## Fundamentación

Abordar el tema de las actividades recreativas en el establecimiento hotelero será, en muchos casos, decisiva para que la estadía del huésped en el mismo se prolongue y sea factor de disposición para futuros clientes potenciales y para albergar nuevamente a nuestro huésped, en una próxima temporada, es por esto que tanto el futuro técnico como el propietario y administrador de un establecimiento hotelero; deben conocer cuáles son los principios a aplicar en el desarrollo de dichas actividades conociendo en profundidad los aspectos que deberá tener en cuenta al planificarlas y las diferentes formas de financiarlas. Muchas veces el empresario no entiende y no ve al Departamento de Recreación como un departamento rentable pero en la actualidad las grandes cadenas hoteleras han comprendido esta situación. A la vanguardia estos hoteles les llevan la delantera a los pequeños empresarios que quieren sus ganancias ya y que no ven más allá.

Por esta causa y tantas otras, necesita conocer las técnicas básicas de comunicación y utilización del lenguaje gestual y comprender que cada persona es un universo particular que por su bagaje psicológico y modo de vida, interpreta al mundo de una manera particular que debe ser comprendido y respetado.

Es fundamental que el futuro profesional maneje estas nuevas herramientas que el mercado laboral está demandando y los propios huéspedes también. Teniendo en cuenta que la buena utilización del tiempo libre es la actitud positiva del individuo hacia la vida en el desarrollo de actividades para el tiempo, que le permitan trascender los límites de la conciencia y el logro del equilibrio biológico, psicológico y social, que dan como resultado una mejor calidad de vida.

Y en búsqueda de la calidad es que como futuros empresarios deben buscar que sus huéspedes, por el lapso de tiempo que se hospeden, la obtengan.

### **Expectativas de logro:**

- I. Conocer los conceptos básicos que definen a la recreación y sus componentes.
- II. Comprender la situación actual del mercado y sus nuevas exigencias.
- III. -Identificar los beneficios (sociales y comerciales) de la recreación y la animación turística.
- IV. Reconocer a la animación como valor agregado de la gestión turística y elemento diferenciador de un emprendimiento hotelero.
- V. • Logar diseñar y aplicar actividades recreativas y de animación teniendo en cuenta el entorno en el que el establecimiento se encuentra.
- VI. • Saber utilizar adecuadamente los espacios físicos de un hotel y demás recursos disponibles para llevar adelante este servicio.
- VII. • Elaborar un programa de actividades recreacionales.
- VIII. • Desarrollar habilidades y conocimientos que permitan a los asistentes trabajar con grupos conformados por individuos física y culturalmente diferentes dentro de un establecimiento.
- IX. • Impulsar la formación de departamentos de recreación y animación en los establecimientos hoteleros y demás modalidades de hospedaje.
- X. • Identificar a las personas que poseen las habilidades necesarias para llevar adelante el programa de recreación.

### **Contenidos**

#### UNIDAD N 1:

El Turismo y la recreación, tiempo libre, ocio. Turismo. Concepto. Definición. de turista. Tipos de turista. Clasificación de viajes.

Concepto de juego. Concepto de trabajo. Diferencia entre juego y trabajo  
Importancia sociológica y pedagógica del juego. Teoría del juego. Técnicas grupales. Concepto. Cómo elegir adecuadamente las Técnicas. Principios básicos de la comunicación. Técnicas de iniciación grupal

#### UNIDAD N 2:

Animación. Concepto. Necesidad de la misma. La diversificación de la oferta hotelera. Psicología del pasajero de un hotel. La recreación en hoteles. Tipos de recreación. Origen. Club Mediterrané. Valor económico de la recreación. Ventajas de hospedarse en un hotel con recreación.

#### UNIDAD N 3:

Componentes de la animación. Rol del animador. Dinámica de grupos. Técnicas.

Esquema básico de un plan de animación. Componentes. Análisis de cada uno de los mismos. Ubicación en el organigrama hotelero. Clasificación de grupos y Actividades. Tipos de animación de acuerdo a los centros turísticos. Práctica. Utilización de técnicas de integración.

#### UNIDAD N 4:

Recreación para tramos largos en ómnibus. Búsqueda de distintas alternativas, considerando el poco espacio con el que contamos. Guía de juegos, diferentes propuestas.

#### UNIDAD N 5

Práctica de un programa de animación hotelero simple. Actividades para club de niños.

. Esquema de una programación práctica. Guía de juegos infantiles.

#### UNIDAD N 6

Práctica mensual. Utilización de las técnicas aprendidas durante el año. Análisis de un curso de recreación realizado en España. Consideraciones finales en cuanto a la práctica se refiere. Elaboración de un manual de juegos.

### **Estrategias y recursos didácticos:**

Las clases serán abordadas de manera teórico/explicativas y mayormente prácticas basadas en programaciones concretas. También se ejemplificará con la utilización de distintas programaciones que llevan a cabo diferentes Empresas Hoteleras, con el fin de favorecer y dar mayor claridad a los contenidos anteriormente mencionados.

Se acentuará la práctica en cuanto al armado y elaboración de programaciones y técnicas a aplicar con diversos grupos de pasajeros que estén alojados en establecimientos hoteleros con diferentes perfiles.

El objetivo primordial es aplicar la teoría a la práctica cotidiana.

### **Criterios e instrumentos de evaluación:**

La evaluación es un proceso que debe ser ejecutada en forma continua y personalizada, integrada en el trabajo áulico cotidiano. La evaluación nos lleva a diseñar actividades concretas de ayuda para el alumno. Una referencia importante respecto a qué debe evaluarse son los criterios de evaluación, que son aquellos *aprendizajes que se consideran básicos* para que el alumno pueda enfrentarse sin dificultades a su actividad futura profesional, utilizando procedimientos e instrumentos variados.

La evaluación será continua, considerando en el proceso la búsqueda, lectura y tratamiento de información de los contenidos abordados en el espacio curricular. Se evaluará la presentación obligatoria de trabajos prácticos, en tiempo y forma, de las diferentes temáticas, en donde el alumno deberá mostrar una postura frente a la defensa de lo investigado. Se evaluará también la asistencia, puntualidad y participación del alumno en el espacio curricular.

Como trabajo final en calidad de parcial, que será aprobado con una calificación superior a cuatro y que solo tendrá una instancia para ser revisado en caso de ser desaprobado. Condición indispensable, sumada a lo anterior,

para acceder a la regularidad del espacio. El objetivo de la actividad final, es completar la formación adquirida mediante la lectura de las distintas unidades teóricas y los trabajos prácticos correspondientes.

En la actividad final se deberá presentar un proyecto de Recreación **Hotelería**.

### **Cronograma:**

Abril- Mayo: Unidad 1 y 2

Junio y Julio: Unidad 3

Agosto y Septiembre: Unidad 4

Octubre: Unidad 5

Noviembre: Unidad 6

Primera actividad obligatoria y extensiva. A definir

Actividad Final: Noviembre

### **Extensión**

Si bien el proyecto de cátedra apunta directamente al trabajo en el aula, el tema Recreacional debe trascender transversalmente a todos los ámbitos del alumno, no sólo en su actuar diario como ciudadano, estudiante, trabajador y futuro profesional, sino también participando directamente en la extensión  
puertas afuera del proyecto institucional.

Las herramientas de la recreación pueden ser ofrecidas a Instituciones Educativas de otros niveles para utilizar con sus alumnos a partir del aprendizaje lúdico, principal función del juego en la primera etapa de formación del ser humano, así aprendemos...jugando. Y es en esta participación activa que nos nutrimos de otros y ponemos en práctica lo aprendido.

**Bibliografía del alumno:**

La bibliografía actúa como marco de referencia y serán consideradas como complementarias a las clases. Algunas de ellas son completadas con materiales de sitios Web.

Recreación y animación en hotelería. Conceptualización y metodología.

Autor: Mariano Besio.

70 juegos para dinámica de grupos.

Autor: Silvino José Fritzen.

Dinámica de grupo para la comunicación.

Autor: Juan Carlos Pisano.

Conducción y Acción dinámica del grupo.

Autor: George M. Beal.

Fundamentos de Psicología Social.

Autores: Santiago H. Valdes

María Elena Boloque.

Guillermo Giaquinto.

**Manual de Recreación.**

**Autor: Juan Etchart.eST**

**Profesora Villagra Mariana**