



- ♦ **MATERIA**

SERVICIOS TURÍSTICOS

- ♦ **DEPARTAMENTO**

TURISMO

- ♦ **CARRERA**

LICENCIATURA EN TURISMO

- ♦ **TURNO**

NOCHE

- ♦ **SEMESTRE**

PRIMERO

- ♦ **Asignaturas correlativas previas**

NINGUNA

- ♦ **Asignaturas correlativas posteriores**

09. Empresas de Turismo  
13. Legislación Turística  
18. Información Técnica  
22. Administración de Empresas de Servicios Turísticos  
29. Sistemas de Turismo Alternativo  
33. Técnicas de Guiado y Coordinación

- ♦ **PROFESOR TITULAR**

Prof. María Ines Aparicio

- ♦ **OTROS DOCENTES**



## • OBJETIVOS

### Generales:

Al finalizar la asignatura, se espera que el alumno pueda:

- ✓ Comprender qué hay de específico en los servicios turísticos.
- ✓ Reflexionar acerca de las consecuencias en el nivel de toma de decisiones estratégicas.
- ✓ Identificar y analizar al cliente como factor clave del servicio, como aquel que desempeña una función central en los servicios turísticos como productor y consumidor, a la vez.
- ✓ Desarrollar el criterio de “hospitalidad” como habilidad adquirida y, de “servicio” como actitud que convierte a la atención al cliente un producto en sí mismo.

### Específicos:

- ✓ Que el alumno conciba al servicio turístico como un sistema integrado de productos y servicios más que como prestaciones aisladas para satisfacer algunas de las necesidades del turista.
- ✓ Que el alumno pueda entender que el desarrollo turístico no podría existir sin servicios elementales como el alojamiento y el transporte; como así también estos servicios básicos no existirían sin aquellos otros que le permiten agregar valor a la oferta turística. Conocer las características fundamentales de estos servicios. Reflexionar sobre la importancia de los canales de distribución en la actividad turística. Identificar y comprender las tendencias actuales que configuran la oferta de servicios turísticos.

## • CONTENIDOS

### Unidad 1:

Los servicios turísticos. El concepto de servicio turístico. Los mercados de productos tangibles y los mercados de servicios. Características propias y comunes. Servicios turísticos y “hospitalidad”. Concepto y “espíritu” de la hospitalidad.

### Unidad 2:

Distribución en el turismo. Estructura del sistema de distribución turística. Concepto de Agencia de Viaje. Origen y evolución histórica. Clasificación. Requisitos de apertura. Funciones de las agencias de viajes.

### Unidad 3:

Relación existente entre el transporte y el turismo. Desarrollo histórico del transporte de pasajeros. El transporte aéreo, por ferrocarril, por carretera y náutico. Características, clasificaciones, normas y organismos que los regulan, equipamiento e infraestructura necesaria para gestionar el “acceso” a un destino turístico.

**Unidad 4:**

“Hostelería” y experiencia turística. Concepto y clasificación de alojamientos turísticos. Tipología. Diversificación de los negocios de restauración. Tipologías. Tendencias en hostelería.

**Unidad 5:**

El turismo temático. Importancia de las atracciones en los negocios turísticos. Tipología. El turismo temático.

**Unidad 6:**

La tecnología como ventaja competitiva en el mercado turístico. Utilización de las tecnologías de la información por la oferta y los canales de distribución turística.

♦ **ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS**

Se trabajará con clases expositivas y técnica de grupos de discusión, estimulando la lectura previa de los temas:

- ✓ Elaborar esquemas, cuadros comparativos, resúmenes, mapas descriptivos y temáticos, líneas de tiempo, proyectos de investigación a través de estudio de casos, etc.
- ✓ Interpretar consignas, responder guías de estudio.

Se propondrán, además, trabajos de búsqueda y lectura de información, iniciando al alumno a la práctica de la investigación documental (libros, artículos de revistas, recursos electrónicos, etc.).

Se aproximará al alumno a un contacto directo con el mercado turístico actual, a través de:

- ✓ La articulación de proyectos conjuntos con el estudio de casos, y análisis comparativos, relacionados a la problemática turística local y otras nacionales e internacionales.
- ✓ Visitas a organizaciones turísticas y/o charlas de personajes emblemáticos del sector.
- ✓ Propuestas de acciones ante distintos planteos y eventos que revistan interés turístico.

♦ **BIBLIOGRAFÍA**

BOULLON, Roberto. Calidad turística en la pequeña y mediana empresa. Ediciones Turísticas. Buenos Aires. 2003  
CHON, Kye-Sung y SPARROWE, Raymond. Atención al cliente en hostelería. Editorial Paraninfo. Madrid. 2001  
IGLESIAS TOVAR, J. Ramón. Comercialización de productos y servicios turísticos. Editorial Síntesis. Madrid. 1998  
ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Introducción al turismo. Editorial OMT. Madrid. 1998



WALLINGRE, Noemí. Transporte carretero argentino. Ediciones Turísticas. Buenos Aires. 2003  
WALLINGRE, Noemí. Transporte aéreo. Ediciones Turísticas. Buenos Aires. 2003

#### ♦ **REGULARIDAD**

Asistencia (75% mínimo)

Trabajos Prácticos  
A convenir con la cátedra

Evaluaciones Parciales

- Evaluación de Proceso: Trabajos áulicos para fijación de los conocimientos enseñados. Trabajos prácticos mediante entrega de informes. Trabajos en el terreno a partir de estudios dirigidos.

#### ♦ **EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN**

Promoción Indirecta

Dos parciales aprobados con opción a un recuperatorio.

Aprobación del 100% de los trabajos prácticos.

Aprobación de un coloquio integrador.

Examen final oral.

♦ **CRONOGRAMA**

--

PRIMER CUATRIMESTRE				
UNIDAD 1	MARZO 23  30	Los servicios turísticos. El concepto de servicio turístico. Los mercados de productos tangibles y los mercados de servicios.  Características propias y comunes. Servicios turísticos y "hospitalidad". Concepto y "espíritu" de la hospitalidad	BOULLON, Roberto. Calidad turística en la pequeña y mediana empresa. Cap. III  CHON, Kye-Sung y SPARROWE, Raymond. Atención al cliente en hostelería. Cap. I y II  IGLESIAS TOVAR, J. Ramón. Comercialización de productos y servicios turísticos. Cap. I y VII	
UNIDAD 2	ABRIL 6  6  13	Distribución en el turismo. Estructura del sistema de distribución turística. Concepto de Agencia de Viaje. Origen y evolución histórica. Clasificación. Requisitos de apertura. Funciones de las agencias de viajes.  Estudio de caso. Parcial	ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Introducción al turismo. Cap. VII	
UNIDAD 3	20  27  MAYO  4	Relación existente entre el transporte y el turismo. Desarrollo histórico del transporte de pasajeros.  El transporte aéreo, por ferrocarril, por carretera y náutico. Características, clasificaciones, normas y organismos que los regulan, equipamiento e infraestructura necesaria para gestionar el "acceso" a un destino turístico.	ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Introducción al turismo. Cap. V  WALLINGRE, Noemí. Transporte carretero argentino.  WALLINGRE, Noemí. Transporte aéreo	
UNIDAD 4	11	"Hostelería" y experiencia turística. Concepto y clasificación de alojamientos turísticos. Tipología.	ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Introducción al turismo. Cap. IV	



UNIVERSIDAD  
DE CONGRESO

Aut.Prov.Ley 24521 Dec.Nº2377/94 - MCyE de la Nación  
FORMANDO LIDERES

	11	Diversificación de los negocios de restauración. Tipologías. Tendencias en hostelería.		
	18	Parcial		
UNIDAD 5	25	El turismo temático. Importancia de las atracciones en los negocios turísticos. Tipología. El turismo temático.	ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Introducción al turismo. Cap. VI	
UNIDAD 6	JUNIO			
	1	La tecnología como ventaja competitiva en el mercado turístico.	ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. Introducción al turismo. Cap.XVII	
	1	Utilización de las tecnologías de la información por la oferta y los canales de distribución turística.		
	8	Global		
	15	Recuperatorio		