

PROGRAMA ANALÍTICO POR COMPETENCIAS

CARRERA:	Administración	
UNIDAD CURRICULAR:	Administración de empresas turísticas	CÓDIGO:
TIPO DE CURSO:	Electiva (E)	
PRELACIÓN:	108 CA	
HORAS: (T.P.L.)	TEÓRICAS: 3	PRÁCTICAS: 0
CRÉDITOS ACADÉMICOS:	3	
SEMESTRE:	Séptimo (7mo)	
AREA DE CONOCIMIENTO:	Administración	SUB-ÁREA: Gestión Organizacional
FECHA DE APROBACIÓN:	01/07/2016	
Elaborado por Profesor (a)	Prof. María C Da Costa / María Eugenia Briceño	

II.-JUSTIFICACIÓN:

Los recursos naturales y culturales en Venezuela, son una riqueza digna de ser promovida y aprovechada para que los turistas la conozcan, disfruten y aprendan más sobre nuestro entorno. El estado Trujillo particularmente aun cuando su actividad económica es fundamentalmente agrícola, pero también ganadero y comercial, se está desarrollando un importante avance turístico, por lo que es una oportunidad de desarrollo para el mismo y la nación.

La unidad curricular Administración de empresas turísticas, proporciona los conocimientos, habilidades y actitudes en cuanto a las herramientas de administración aplicables en las organizaciones turísticas, tanto sel sector público como privado.

El propósito de la unidad curricular es fortalecer capacidades en el futuro profesional en la administración de este sector tan importante para el estado y el país, generando competencias relacionadas con la planificación, organización, desarrollo, control y evaluación de los procesos y acciones orientadas al conocimiento y solución de los problemas en la industria turística, en aspectos relacionados con la recreación y hospitalidad, a la vez que sean promotores del desarrollo sustentable y del cuidado del medio ambiente. Además de realizar el análisis y diagnóstico de los distintos contextos del ámbito empresarial turístico y el desarrollo de estrategias de cambio, para generar nuevos esquemas de negocio y propuestas turísticas sustentables, que favorezcan la calidad de vida de las comunidades receptoras y contribuir al crecimiento sostenible, en un contexto interdisciplinario, a nivel regional, nacional e internacional, con una actitud ética, de responsabilidad social, proactiva, crítica, creativa, de liderazgo y trabajo en equipo.

III.-REQUERIMIENTOS:

Los alumnos cursantes de la unidad curricular administración de empresas turísticas deben poseer conocimientos y habilidades en cuanto a los procesos económicos internos de las organizaciones, así como herramientas de planificación, organización, dirección y control administrativo y de los elementos del sistema de operaciones en las organizaciones. Por tanto tiene como prerrequisito haber cursado 108 las unidades créditos correspondientes hasta el Sexto semestre.

IV.-COMPETENCIAS:

GENÉRICAS DE LA UNIVERSIDAD DE LOS ANDES:

- **Ética, responsabilidad profesional y compromiso social.** Actúa con conciencia ética y cívica, en el contexto local, nacional y global, sustentado en principios y valores de justicia y defensa de los derechos fundamentales del hombre para dar respuesta oportuna a las necesidades que la sociedad le demanda como persona, ciudadano y profesional, estimando el impacto económico, social y ambiental de las soluciones propuestas.

- **Compromiso con la preservación del ambiente.** Identifica el uso racional, integral y equilibrado del ambiente, y el específico de los ecosistemas de su hábitat para su conservación en el tiempo.

ESPECÍFICAS DEL PROGRAMA ACADÉMICO:

Gestión en las organizaciones:- Integra los procesos de intervención de la variable ambiente en la gestión de las organizaciones, mediante el uso de herramientas para inducir procesos operativos generadores de bienes y servicios, con una relación armónica entre los humanos y la naturaleza. - Analiza los distintos contextos del ámbito empresarial turístico y desarrolla estrategias de cambio, para generar nuevos esquemas de negocio y propuestas turísticas para el estado y el país.

Legislación en las organizaciones: Conoce diferentes normas jurídicas vigentes en Venezuela e internacionales para desempeñarse en el contexto social demandado, según la realidad histórica existente.

ESPECÍFICAS DE LA UNIDAD CURRICULAR:

-Relaciona los valores, actitudes, creencias y su influencia en la preservación del medio ambiente y la cultura, para propiciar identidad y compromiso con el desarrollo sustentable en las organizaciones. -Elabora, evalúa y administra proyectos empresariales en diferentes tipos de organizaciones incluyendo las turísticas, para propiciar el desarrollo de unidades económicas.

-Analiza el financiamiento y gestión de recursos financieros en la entidad turística, para la toma de decisiones de inversión.

- Comprende el proceso administrativo en las entidades turísticas para detectar oportunidades y emprender nuevos negocios, y/o desarrollar nuevos productos.

V.-CONTENIDOS:

UNIDAD I: Empresa, empresario y sector turístico

COMPETENCIA ESPECIFICA DE LA UNIDAD: Conoce el ambiente de la empresa turística, posicionándola como oportunidad en el contexto local, regional, nacional e internacional.

Conceptual (conocer)	Procedimental (saber hacer)	Actitudinal (ser)
Las empresas del sector turístico; Particularidades de las empresas turísticas.	- Identifica los componentes propios de las entidades turísticas.	-Manifiesta interés por aprender y es autocrítico de su desarrollo profesional respecto al sector turístico.
El entorno general de la empresa turística.	- Distingue los factores que conforman el ambiente general y particular de las entidades turísticas.	- Valora las oportunidades presentes en el sector turístico
El entorno específico de la empresa turística.		
Delimitación del sector turístico.	-Ubica el sector turístico en la economía local, regional, nacional e internacional.	
Tendencias actuales en el sector turístico.	- Valora las oportunidades del sector en la economía.	
El directivo de la empresa turística.	- Identifica las competencias del administrador y el empresario para desempeñarse en las entidades turísticas	
La empresa turística como una oportunidad de negocio		

ESTRATEGIAS METODOLOGICAS.

TÉCNICAS: Investigación documental y por internet, debates.

ACTIVIDADES: Profesor: - Selecciona lecturas de textos y documentos web, Prepara caso práctico, prepara material de cada unidad, prepara hoja final de evaluación.

Estudiantes: -Investiga en documentos web y videos. Discusión de lecturas. Elaborar casos prácticos.

Presenta Ensayo.

RECURSOS DIDÁCTICOS: Computador, Video Beam, Medios electrónicos, Pizarrón, libros de texto, internet, casos prácticos, lectura.

ESTRATEGIAS DE EVALUACION:

Actividad Evaluativa	Instrumento evaluación	Tipo de semana	Ponderación	No de
Estudiante:				
Realizar mapa mental.	Presentar	mapa		
Debate	mental	Heteroevaluación	25%	4
Profesor:				
Hoja de evaluación Final	Guía de Observación	Prueba de conocimiento		

UNIDAD II: La financiación de la empresa turística.

COMPETENCIA ESPECIFICA DE LA UNIDAD: Analiza el financiamiento y gestión de recursos financieros en la entidad turística, para la toma de decisiones de inversión.

Conceptual (conocer)	Procedimental (hacer)	Actitudinal (ser)
-El subsistema de financiación de la empresa turística. Proyectos macros existentes El sistema financiero.	-Conoce los proyectos macros existentes para estimular el sector	- Desarrolla su habilidad para buscar, procesar y analizar información de fuentes diversas.
Los costes de la empresa.	-Distingue las diferentes fuentes de financiamiento disponibles para la empresa turística.	- Demuestra interés por la búsqueda de alternativas de financiamiento para promover el sector turístico
La inversión en la empresa turística.	- Detecta oportunidades de inversión en el sector.	
Selección de inversiones en la empresa turística.		
Fuentes de financiación de la empresa turística.		

ESTRATEGIAS METODOLOGICAS.

TÉCNICAS: Investigación documental, electrónica y de campo.

ACTIVIDADES: Profesor: - Selecciona lecturas de textos y documentos web, Preparar caso práctico, preparar material de cada unidad, prepara hoja final de evaluación.

Estudiantes: - Síntesis a partir de las lecturas de textos e internet. Visita e investigación a entidades financieras. Prepara Resumen para discusión. Resuelve caso práctico

RECURSOS DIDÁCTICOS: Computador, Video Bean, Medios electrónicos, Pizarrón, libros de texto, internet.

ESTRATEGIAS DE EVALUACION:

Actividad Evaluativa	Instrumento n	Tipo de evaluación	Ponderación	Número de semana
Estudiante:				
Prepara exposición de los aspectos asignados más la experiencia de un caso particular		Exposición/ resumen		
Coevaluación.		Heteroevaluación y	25%	8
Elabora instrumento final				
			Profesor:	Lista de cotejo

UNIDAD III: Gestión en empresas turísticas

COMPETENCIA ESPECIFICA DE LA UNIDAD: Comprende la aplicación del proceso administrativo aplicado a la empresa turística para lograr competitividad.

Conceptual (conocer)

**Procedimental
(hacer)**

Actitudinal (ser)

-La importancia de la planificación en el sector turístico:	-Relaciona las etapas del proceso administrativo aplicadas a las empresas turísticas.	- Valora las funciones del administrador en el sector turístico.
Los objetivos de las empresas turísticas. Instrumentalización de la planificación.		- Desarrolla una actitud proactiva ante la realidad de este sector.
La planificación estratégica en el sector.	- Aplica las herramientas de planificación, organización y control a las empresas turísticas.	
- El diseño de la organización turística. -Herramientas de control en la empresa turística.		
-Dirección de individuos y grupos en la empresa turística.		
Motivación de los trabajadores en la empresa turística.	Distingue las estrategias necesarias para dirigir al talento humano en una entidad turística.	
El liderazgo en la empresa turística.		
La comunicación interna en la empresa turística.		
El diseño de la organización turística		

ESTRATEGIAS METODOLOGICAS.

TÉCNICAS: Investigación documental y por internet, sesiones de discusión, resolución de casos en grupo.

ACTIVIDADES: Profesor: - Selecciona lecturas de textos y documentos web, Prepara caso práctico, prepara material de cada unidad, prepara hoja final de evaluación.

Estudiante: Síntesis a partir de las lecturas de textos e internet. Realiza cuadros comparativos -Realiza resumen del tema para actividades de discusión.

RECURSOS DIDÁCTICOS: Computador, Video Beam, Medios electrónicos, Pizarrón, libros de texto, internet, casos prácticos, lecturas.

ESTRATEGIAS DE EVALUACION:

Actividad Evaluativa	Instrumento	Tipo de evaluación	Ponderación	Número de semana
Estudiante: Presenta síntesis Elabora mapa mental Realiza Cuadros Comparativos y se discuten en clases.	Síntesis Mapa Mental Cuadro comparativo	Heteroevaluación Coevaluación	25%	11
Profesor: Elabora: Guía de criterios e instrumento final	Prueba Final			

UNIDAD IV: El marketing turístico.

COMPETENCIA ESPECIFICA DE LA UNIDAD: Comprende el marketing como una función incluida en la planificación estratégica de la organización turística, para situar los deseos y necesidades de los consumidores en el mismo nivel de consecución de los objetivos organizacionales.

Conceptual (conocer)

- El subsistema comercial de la empresa turística.
- Claves de la política comercial en la empresa turística.
- El éxito de la política comercial. - Relación sistémica del subsistema comercial.
- El concepto de calidad y cliente
- La calidad en el servicio turístico. . La atención al cliente La certificación.
- Bases legales que regulan el sector turístico.

Procedimental (hacer)

- Identifica las actividades fundamentales de marketing crítica y reflexiva aplicadas al sector turístico. sobre el tema
- Analiza que hay tres elementos - Asume una actitud claves para fijar una política de de investigación e marketing: los beneficios de la interpretación de las empresa, la satisfacción de los normativas legales. deseos de los consumidores y el - Valora las interés público. actividades de - Conoce el concepto de calidad marketing aplicadas aplicado a la empresa turística. a la empresa turística.
- Conoce las bases legales que norman las actividades de las empresas turísticas.

Actitudinal (ser)

- Asume una actitud crítica y reflexiva aplicadas al sector turístico.
- Asume una actitud de investigación e marketing: los beneficios de la interpretación de las empresa, la satisfacción de los normativas legales.
- Valora las interés público. actividades de - Conoce el concepto de calidad marketing aplicadas aplicado a la empresa turística. a la empresa turística.

ESTRATEGIAS METODOLOGICAS.

TÉCNICAS: Investigación documental y por internet, sesiones de discusión en grupo, resumen, mapa conceptual.

ACTIVIDADES: Profesor: - Selecciona lecturas de textos y documentos web, Prepara caso práctico, prepara material de cada unidad, prepara hoja final de evaluación.

Estudiante: Realiza síntesis a partir de las lecturas de textos e internet. Realiza resumen actividades de discusión. Realiza mapa conceptual. Presenta resumen, caso práctico

RECURSOS DIDÁCTICOS: Computador, Video Beam, Medios electrónicos, Pizarrón, libros de texto, internet.

ESTRATEGIAS DE EVALUACION:

Actividad Evaluativa	Instrumento	Tipo de evaluación	Ponderación	Número de semana
Estudiante: Presentar síntesis de Investigación y Lecturas Elabora mapa conceptual Elabora resumen Elabora: Guía de criterios e instrumento final	Síntesis Mapa conceptual Resumen para discusión Prueba Final	Heteroevaluación Coevaluación.	25%	16

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

Acerenza, M. (1999). Administración del turismo. Editorial trillas. México. ISBN: 96824229659682441692

Díaz I. Fundamentos de Administración de empresas (2012). Civitas Ediciones. ISBN: 9788447040124

García Del Junco, J. y Caro González, F (2000) Organización y gestión de empresas turísticas (2000). Ediciones Pirámide, Madrid. ISBN 9788436814187

Kotler P. (2012). Marketing para turismo. Quinta edición. Prentice Hall. ISBN: 9788483227404

Martín I. (2014) Dirección y gestión de empresas del sector turístico. Quinta edición. Ediciones Pirámide. ISBN: 9788436831900

Martín I.(1998) Economía y administración de empresas turísticas. Primera edición. Universidad de Málaga. Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico. ISBN: 847496640X ISBN-13: 9788474966404

Nogueras M. (2004) Planificación y dirección de empresas. ISBN: 8436251911. ISBN-13: 9788436251913

Nogueras M. (2007) Planificación, dirección y gestión financiera de empresas turísticas. Editorial Universitaria Ramón Areces. Primera edición. ISBN: 8480047747 ISBN-13: 9788480047746

Ramírez C. (2007). Administración de empresas turísticas. Nuevas estrategias. Editorial Trillas ISBN: 9789682480119

Vogeler C. (2000) El mercado turístico. Editorial Universitaria Ramón Areces. Primera edición.

ISBN: 8480044357 ISBN-13: 9788480044356