

**UNIVERSIDAD NUEVA ESPARTA
 FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
 ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS**

**DISEÑO CURRICULAR
 TÉCNICAS DE EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

CÓDIGO DE LA ESCUELA: 30-17250		PENSUM: Abril 1997
ASIGNATURA: Técnicas de Empresas de Servicios Turísticos		CÓDIGO DE ASIGNATURA: 30-0919
SEMESTRE: 3	UNIDADES CREDITOS: 3	TOTAL HORAS / SEMESTRE: 64

PRELACIÓN	ELABORACIÓN	REVISADO POR
30-0925	Prof. Maite Abasolo	Prof. Olga Arreaza B
-	Fecha: Enero 2004	Fecha: Enero 2004

OBJETIVO GENERAL

Al término del curso, los participantes serán capaces de: Identificar, analizar y evaluar las Empresas de Servicios Turísticos a través de la aplicación de técnicas de trabajos teóricos y prácticos.

UNIDAD I: EL HOTEL COMO MERCADO

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de: Clasificar los establecimientos de alojamiento de acuerdo a su TIPO, Categoría y Modalidad.

1.2. Objetivos Específicos:

- 1.2.1. Definir Hotel y su estructura..
- 1.2.2. Reconocer los 4 elementos que conforman el hotel como mercado mixto.
- 1.2.3. Identificar los diferentes segmentos que componen el mercado otero.
- 1.2.4. Analizar la motivación del mercado segmentado.
- 1.2.5. Analizar los elementos que identifiquen el comportamiento del comprador.
- 1.2.6. Analizar las fuentes de generación de demandas.
- 1.2.7. Analizar las áreas de mercado para el sector hotelero.

2. Contenidos:

Hotel, definición y estructura mixta. El Hotel como mercado mixto: El Producto. El Precio. El Lugar. La Promoción. Los segmentos del mercado hotelero: Mercado indiferenciado. Mercado diferenciado. Mercado Concentrado. La motivación del mercado segmentado: Propósito de visita. Comportamiento del Visitante. Comportamiento del comprador. Estímulos. Necesidades. Estado de Tensiones. Necesidades psicológicas. Necesidades adquiridas. Identificación. Reconocimiento. Pensamiento. Respuesta. Evaluación. Fuentes de generación de demandas: Fuentes de generación. Fuentes institucionales. Fuentes Recreacionales. Las áreas del mercado para el sector hotelero: Áreas del mercado para alimentación. Áreas del mercado para alojamiento. Otros aspectos del mercado: Roles del comprador. Mercados mixtos. Mercado de fin de semana y días laborales.

UNIDAD II: ORGANIGRAMA BÁSICO DE UN HOTEL

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de: analizar el organigrama de un Hotel. Cinco Estrella, de acuerdo a su tipo, categoría y modalidad.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Identificar en el Organigrama de un hotel cinco estrella..

1.2.2. Explicar la organización de los departamentos de un Hotel.

1.2.3. Analizar el volumen de ventas de habitaciones.

1.2.4. Analizar la interrelación departamental y su importancia con los otros departamentos.

2. Contenidos:

Departamento de Ama de Llaves y sus funciones. Departamento de Recepción, Reservas, Ventas, Alimentos y Bebidas.(A y B). Organigrama departamental. Requisitos para los cargos.

3. Estrategia Metodológica:

3.1. Seminarios.

UNIDAD III: EL DEPARTAMENTO DE RECEPCIÓN

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de: Analizar el departamento de recepción y sus funciones, personal que interpretan la recepción.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Identificar las funciones generales, internas y públicas del recepcionista.

1.2.2. Demostrar el propósito primordial del Rack de habitaciones.

1.2.3. Funciones del personal

1.2.4. Personal que lo integran.

2. Contenidos:

Funciones general, interna y pública del recepcionista. Propósito primordial del Rack de Habitaciones. Personal que integran la recepción. Relación con el Departamento de Ama de Llaves. Procedimiento a seguir en el caso de las discrepancias en el reporte de Ama de laves. Situaciones especiales indicadas en el reporte de Ama de Llaves. Registro de cliente. Explicación de descuentos y plan familiar y grupos. Forma de registro de grupos y clientes sin equipaje. Check- in / Check- out.

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Seminario

UNIDAD IV: DE LAS RESERVACIONES

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de: describir el proceso de analizar el procedimiento de las reservaciones. Sistemas de control.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Explicar el procedimiento para tomar reservaciones.

1.2.2. Establecer las funciones de Slip de reservaciones..

1.2.3. Analizar la política para determinar el tipo de reservaciones según Slip.

1.2.4. Analizar las funciones para determinar reservas de grupos.

1.2.5. Explicar cómo se lleva el control sobre reservaciones con depósitos y devoluciones.

2. Contenidos:

Procedimiento para tomar reservaciones. Funciones de Slip Reservaciones. Política para determinar los tipos de reservaciones según Slip. Funciones para determinar reservas de grupos. Aspectos para llevar el control de reservaciones con depósitos y devoluciones. Sistema de control numérico de reservaciones. Procedimientos generales para el conteo de reservaciones.

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Panel

UNIDAD V: INTRODUCCIÓN A LA HOPITALIDAD

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de: Analizar el departamento de ama de llaves. Funciones específicas.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Describir las funciones del departamento.

1.2.2. Identificar sus puestos claves y responsabilidades.

1.2.3. Describir las operaciones del Departamento.

1.2.4. Conocer los reportes de Ama de Llaves.

1.2.5. Requisitos para el cargo de la Ama de llaves Ejecutiva

2. Contenidos:

Funciones del departamento. Puestos claves responsabilidades. Operaciones del Departamento. Principales reportes de Ama de Llaves.

3. Estrategia Metodológica:

3.1. Exposición del facilitador.

3.2. Tarea dirigida.

UNIDAD VI: DEPARTAMENTO DE SERVICIOS DE HUÉSPED

1. Objetivos de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Al término de la unidad los estudiantes serán capaces de: Analizar el departamento de servicios al huésped.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1 Describir las principales funciones del departamento.
 - 1.2.2 Identificar sus puestos claves y responsabilidades.
 - 1.2.3 Explicar las funciones del Concierge.
2. Contenidos:

Funciones del departamento. Puestos claves y responsabilidades. Funciones del Consierge.
3. Estrategia Metodológica:
 - 3.1. Exposición del Facilitador.

UNIDAD VII: RELACIÓN ENTRE MERCADEO Y VENTAS, RRPP Y PUBLICIDAD

1. Objetivos de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Al término de la unidad los participantes serán capaces de: analizar el departamento de mercadeo y ventas y su relación con relaciones Públicas y publicidad.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Analizar las principales funciones del departamento.
 - 1.2.2. Identificar cargos y responsabilidades.
 - 1.2.3. Conocer el servicio de ventas y convenciones y su relación con banquetes..
 - 1.2.4. Relacionar el departamento de ventas y Mercadeo con Relaciones Publicas y publicidad.
 - 1.2.5. Determinar las relaciones Hotel- Agencia de Viajes.
2. Contenidos:

Funciones de los departamentos. Cargos y responsabilidades. Relación de Banquetes. Relación entre departamentos. Relación Hotel- Agencia de Viajes.
3. Estrategia Metodológicas:
 - 3.1 Exposición del facilitador
 - 3.2 Seminario.

UNIDAD VIII: DEPARTAMENTO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:
Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de: Analizar el departamento de Alimentos y Bebidas.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Principales funciones del departamento y sus divisiones principales.

1.2.2. Identificar puestos y responsabilidades.

1.2.3. Describir las operaciones del personal de Alimentos y bebidas.

1.2.4. Discutir control de costos en Alimentos y Bebidas.

2. Contenidos:

Definición del departamento. Funciones del Departamento y sus divisiones principales. Identificar puestos y responsabilidades Operaciones del Departamento. Control de costos. Estructura Organizativa: Restaurante, Banquetes, Cocina, bares. Salones. Romm Service. Tipos de Servicios. Funciones del Maitre. Tipos de Chef.

3. Estrategia Metodológicas:

3.1. Exposición al facilitador.

UNIDAD IX: DEPARTAMENTO DE APOYO DE HOTEL

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Al término de la unidad, los participantes serán capaces de: Analizar los departamentos de apoyo del Hotel.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Identificar los departamentos de apoyo.

1.2.2. Describir las principales funciones de los departamentos.

1.2.3. Describir sus puestos y sus responsabilidades.

1.2.4. Describir las operaciones del departamento.

2. Contenidos:

Identificación de los departamentos. Principales funciones. Puestos y responsabilidades. Operaciones del departamento.

3. Estrategia Metodológica:

3.1. Exposición del facilitador.

UNIDAD X: AGENCIA DE TURISMO

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Vistos los contenidos de esta unidad, los participantes serán capaces de: identificar, analizar, y evaluar las empresas de servicios turísticos a través de la aplicación de técnicas en trabajos prácticos y sus funciones.

- 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Establecer el concepto de Agencias de Turismo.
 - 1.2.2. Analizar las funciones de una Agencia de Turismo.
 - 1.2.3. Conocer la clasificación que prevé INATUR para las empresas turísticas y la formativa correspondiente para su registro.
 - 1.2.4. Analizar el organigrama básico de una Agencia de Turismo.
 - 1.2.5. Establecer el organigrama básico en una agencia de Turismo.
 - 1.2.6. Analizar las normas sobre Agencias de Turismo.
 - 1.2.7. Analizar la relación existente entre IATA y la agencia de Viajes.
 - 1.2.8. Explicar las funciones de la AVAVIT.
 - 1.2.9. Sistemas de reservaciones que operan en Venezuela.

2. Contenidos:

Concepto. Funciones dentro de la organización turística. Clasificación de agencias. Clasificación que prevé INATUR. Organigrama básico de una Agencia de Turismo. Normas sobre Agencias de Turismo que prevé el actual Reglamento de la Ley de Turismo. Relación entre IATA y la agencia de Turismo. AVAVIT, objetivos, funciones. Sistemas de reservaciones.

3. Estrategia Metodológicas:
 - 3.1. Exposición del facilitador.

UNIDAD XI: AGENTE DE VIAJES

1. Objetivos de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Al concluir la unidad, los participantes estarán en capacidad de: Juzgar el papel del Agente de viajes en la comercialización y promoción de los servicios turísticos en el mercado.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Analizar el concepto de Agente de Viajes.
 - 1.2.2. Explicar cómo debe ser la formación del agente de viajes.
 - 1.2.3. Analizar la función del Agente de Viajes en la comercialización de los servicios.
 - 1.2.4. Analizar las funciones que cumple el Agente de Viajes en la comercialización de los servicios turísticos.
 - 1.2.5. Analizar las funciones del cliente en el mercado turístico.
2. Contenidos:

Conceptos. Formación de un Agente. El agente de Viajes y la promoción de servicios turísticos. Función que cumple el Agente de viajes en la comercialización de los servicios turísticos. Relaciones entre el agente y el cliente. Funciones del cliente en el mercado turístico.
3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Seminario
 - 3.2. Phillip 66

UNIDAD XII: RESERVACIÓN

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Al término de la unidad, los participantes serán capaces de: Reconocer la importancia de reservaciones dentro de las actividades que se realizan dentro de una Empresa Turística.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Definir reservación

1.2.2. Establecer finalidades y aplicaciones de la reservación.

1.2.3. Llenar correctamente las tarjetas de reservación.

1.2.4. Analizar las finalidades y funciones de los códigos.

1.2.5. Identificar los códigos en uso.

1.2.6. Definir sistemas de reservaciones automatizadas.

1.2.7. Conocer los principales sistemas de reservaciones automatizadas y sus ventajas.

2. Contenidos:

Definición. Finalidades y aplicaciones. Cómo llenar una tarjeta de reservación. Los códigos: su finalidad y funciones. Uso de los códigos frecuentes.

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Panel.

UNIDAD XIII: TRANSPORTE TURÍSTICO ACUATICO

1. Objetivos de la Unidad:

1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de: Identificar el transporte turístico Marítimo. Manejar los conocimientos generales y estrategias de ventas de crucero.

1.2. Objetivos Específicos:

1.2.1. Disfrutar entre las cuatro categorías de cruceros.

1.2.2. Conocer los factores más importantes para determinación del mejor crucero para pasajero.

1.2.3. Interpretar planos a cubierta.

1.2.4. Determinar selección de camarotes.

1.2.5. Conocer la terminología característica de los cruceros.

1.2.6. Conocer el procedimiento para las reservaciones de los cruceros.

1.2.7. Funciones de los lancheros, ferrys, embarcación Turísticas del deporte acuático

2. Contenidos:

Categorías de Cruceros. Factores esenciales para instruir al pasajero en la elección de cruceros. Planes de Cubierta. Selección de Camarotes. Terminología de los Cruceros. Procedimiento de reservación. Conocer la parte operativa de las embarcaciones Turísticas Acuáticas.

3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Taller.
 - 3.2. Conferencista.

UNIDAD XIV: TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE

1. Objetivos de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Dados los contenidos de la unidad, los participantes serán capaces de: Manejar conocimientos generales y estrategias de ventas. Alquiler de carro, teleférico, trole-bus.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Conocer los beneficios de los viajes por ferrocarril.
 - 1.2.2. Alquiler de carro
 - 1.2.3. Trole – Bus
 - 1.2.4. Teleférico
2. Contenidos:

Beneficios de los viajes. Sistema Eurail. Sistema Britail. Sistema Amtrak. Alojamiento a bordo y tarifas.
3. Estrategias Metodológicas:
 - 3.1. Taller.
 - 3.2. Conferencista.

UNIDAD XV: EXCURSIONES

1. Objetivos de la Unidad:
 - 1.1. Objetivo Terminal:

Al concluir la unidad, los participantes serán capaces de: Crear viajes de excursión y determinar el precio de venta al público.
 - 1.2. Objetivos Específicos:
 - 1.2.1. Conocer que son excursiones y cuáles son sus componentes.
 - 1.2.2. Conocer los tipos de paquetes de excursión.
 - 1.2.3. Definir F.I: T e I: T:
 - 1.2.4. Conocer los requisitos para su publicación.
 - 1.2.5. Conocer las guías de referencia de excursiones.
 - 1.2.6. Elaborar excursiones.
 - 1.2.7. Calcular los costos de la excursión para determinar un precio de venta al público.
2. Contenidos:

Definición y componentes. Tipos de paquetes. F.I.T e I.T. Requisitos para su publicación. Elaboración de una Excursión. Cálculo de costos.

3. Estrategias Metodológicas:

3.1. Tarea Dirigida.

3.2. Taller.

4. Evaluación:

El profesor de la asignatura determinará en el Plan Cronograma las fechas y el tipo de la evaluación que ha de realizar. Adoptará en las pruebas Parciales, las normas establecidas de el reglamento de Evaluación de la institución y el uso vigente.

BIBLIOGRAFÍA:

ANTONORSY, Marc. El Transporte Marítimo y la situación portuaria

BÁEZ CASILLAS, Sixto. Hotelería. Edit. Continental. México, 1.978.

BREA, Y. Organización Hotelera. Edit. Paraninfo. España, 1.978.

BREA, Cirilo. El Transporte Turístico en Venezuela.

CERRA, Javier. Tecnología de Servicios. Rama Hotelería y Turismo.. Edit. Paraninfo España 1.977

FERNÁNDEZ FUSTER, Luis. Teoría y Técnica del Turismo. Editora Nacional, Madrid, 1971.

FOSTER, Dennis. Agencia de Viajes: Administración y Operación.. Edit. Mc Graw Hill Interamericana. México. 1.994.

FOSTER, Dennis. Introducción a la industria de la hospitalidad.. Edit. Mc Graw Hill Interamericana. México. 1.994.

FOSTER, Dennis. Recepción de Hotelaria. Administración y Operación . Edit. Mc Graw Hill Interamericana. México. 1.994.

LATTIN, Gerald. Administración Moderna de Hoteles y Moteles.. Edit. Trillas. México, 1.990

LUNDBERG, Donald. El negocio del Turismo. Edit. Diana. México,1.997.

MATHIESON, Alister. Turismo. Repercusiones económicas, físicas y sociales. Edit. Trillas. Mexico, 1.995.

LÓPEZ PÉREZ, Eduardo. Consideraciones teóricas y prácticas sobre el Turismo.

MASTER, Horacio. Administración Hotelera. Un enfoque gerencial contable.. Edit. Macchi. Argentina, 1.976.

SALMASI, Luigi. Administración Hotelera. Edit. Index Buffety. España, 1.979