



PROGRAMA DE ESTUDIO

I. IDENTIFICACIÓN

Carrera	: Licenciatura en Turismo	CARGA HORARIA (Horas reloj)	
Asignatura	: Teoría y Técnica del Turismo II	Carga Horaria Semestral	50
Semestre	: Cuarto	Carga Horaria Semanal	5
Código	: 3142	Clases teóricas	25
Área	: Profesional	Clases prácticas	25
Pre-requisitos	: 3132	Laboratorio	-
	:	Otro (especificar)	

II. FUNDAMENTACIÓN

Se sabe que la experiencia es vivencia y también historia. Esta experiencia es fenómeno, entonces es correcto decir que el turismo es un fenómeno. La pregunta que se plantea es “¿Qué tipo de fenómeno es el turismo? Puede decirse que el turismo es un fenómeno de experiencias vividas de manera y co-propósitos diferentes por los seres involucrados, tanto por los que se dicen turistas como por los que trabajan en el sector.

La descripción fenomenológica del turismo se basa en la observación y percepción del fenómeno como un proceso que se desarrolla en el tiempo y en el espacio y como una actividad altamente dinámica. El análisis epistemológico ayuda a interpretar dónde comienza y dónde termina el turismo.

En el turismo también están presentes necesidades, anhelos y deseos humanos, así como las motivaciones psicológicas que son fundamentales en la definición del turismo. Se considera que en este aspecto es necesario el enfoque fenomenológico, ya que permite la interpretación del hecho en sí, o de la “cosa”, en el sentido de “ir a las cosas.

A través de la disciplina “Teoría y Técnica del Turismo II” se irán desarrollando actividades pedagógicas vinculadas al fortalecer el conocimiento acerca de las herramientas, los vocabularios y las distintas manifestaciones del turismo en el mundo.

Por esta razón, es conveniente llevar al plano de las vivencias los conocimientos adquiridos durante el semestre, y ampliarlos a través de la observación directa, que puede ser desarrollada a través de proyectos.

IV. COMPETENCIAS

- Desempeñar eficientemente con actitud crítica, propositiva, comprometida y con ética profesional, la tarea en la especialidad de Turismo.
- Diagnosticar, planificar, ejecutar y evaluar de manera sistemática y bajo los principios de sustentabilidad los proyectos relacionados con el sector turístico.
- Dominar los procesos en función a principios de responsabilidad social y concientización en el uso, y manejo de bienes y servicios que conduzcan al éxito de todo proyecto.
- Aplicar los principios básicos de la gestión del talento humano como herramienta fundamental para el desarrollo de empresas e instituciones que impulsan al sector turístico-hotelerero basadas en la sustentabilidad, manejo, uso, optimización y ahorro de los bienes y recursos.
- Actualizar permanentemente los conocimientos técnicos y científicos mediante el estudio de las innovaciones tecnológicas relacionadas con el turismo y la hostelería.
- Conocer, analizar y saber aplicar las estrategias y políticas de recursos humanos más ajustadas a las características de la organización y del contexto.
- Fomentar los valores cívicos y nacionales para el fortalecimiento de una verdadera identidad nacional en el profesional de la actividad turística.

III. OBJETIVOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

- Contribuir a la formación de profesionales con preparación humanística, científica y tecnológica con principios de sustentabilidad, responsabilidad social y ética profesional.

MISIÓN

Formar en valores, ciencias y técnicas para responder a los desafíos socioambientales, a través de la investigación docencia y extensión.

VISIÓN

Centro de formación tecnológica y científica con prestigio nacional e internacional.



- Formar un profesional competente en la investigación y extensión de la actividad turística y hotelera, para hacer propuestas de desarrollo esencialmente basado en los pilares de la sustentabilidad y responsabilidad social con intenciones de emprendedurismo para ser integrados tanto al sector hotelero como turístico a nivel local y regional.
- Desarrollar las competencias necesarias para ocupar puestos operativos en las empresas turísticas con calidad académica, para hacer propuestas de desarrollo y capacitación del talento humano de las mismas, basadas en los pilares de la sustentabilidad y responsabilidad social.
- Consolidar en el futuro gerente un comportamiento centrado en el interés de formar un ciudadano con compromiso ético y apegado a la integración de la identidad nacional.

V. CONTENIDOS

Unidad I- Guía del Turismo

- 1.1- Guía del Turismo.
 - 1.1.1- Definición.
 - 1.1.2- Características.
- 1.2- Importancia.
 - 1.2.1- Tipos de guías.
 - 1.2.2- De acuerdo al ámbito en el que desarrollan su actividad, los guías pueden ser:
 - 1.2.3- Atendiendo a su especialización.
- 1.3- Funciones del guía de turismo.
 - 1.3.1- Funciones complementarias.
- 1.4- El servicio de guiado.
 - 1.4.1- Elementos que intervienen en la prestación del servicio de guiado turístico:
 - 1.4.2- Rasgos que diferencian a un guía profesional.
- 1.5- las explicaciones en el guiado
 - 1.5.1- El Guión turístico.
 - 1.5.2- Estructura de un guión turístico.

Unidad II - Agencia de Viajes, su papel en el proceso de distribución turística

- 2.1- La intermediación.
 - 2.1.1- Su función.
- 2.2- Acreditación o licencia de billeteaje.
- 2.3- Grupo antifraude.
- 2.4- El inclusive Tour.
 - 2.4.1- Modalidades.
 - 2.4.2- Viajes individuales "a forfait".
 - 2.4.3- Funciones y problemática.
- 2.5- El bono de la agencia.
- 2.6- El "territorio de actuación".
 - 2.6.1- Sucursalismo.
 - 2.6.2- Corresponsalia.
- 2.7- El folder o file. Y la biblia de la Agencia.
- 2.8- Forfaits Colectivos.: radiales, discrecionales, circuitos.
- 2.9- Estructura Interna: organización y administración.
- 2.10- Comisiones.

Unidad III - El Fenómeno del Mayorismo

- 3.1- Tour.
 - 3.1.1- Tour operadores.
 - 3.1.2- El paquete mayorista.
 - 3.1.3- Panorama del negocio mayorista.
 - 3.1.4- El "transfer".
 - 3.1.5- El concepto de riesgo.
 - 3.1.6- La política expansiva del T.O.
 - 3.1.7- El precio de venta, organigrama de mayoristas.
 - 3.1.8- Los grandes tours operadores europeos y americanos.
 - 3.1.9- Tour operadores españoles.
 - 3.1.10- Tours operadores americanos: Brasil, Paraguay, Argentina.
 - 3.1.11- Conferencia de GOETO, IPTO, OTA, CTOA.
 - 3.1.12- Club de vacaciones. Banca y Turismo. Touring y Automóviles Clubs. Touring y Automóvil.

MISIÓN

Formar en valores, ciencias y técnicas para responder a los desafíos socioambientales, a través de la investigación docencia y extensión.

VISIÓN

Centro de formación tecnológica y científica con prestigio nacional e internacional.



3.1.13- Club Paraguayo.

3.1.14- Fases en la creación del I.T.C

Unidad IV - La Hotelería

4.1- La Hotelería

4.2- Ubicación y construcción de hoteles: prospección y viabilidad. Formulas Defert.

4.3- Indicadores Hoteleros: Costo por habitación. Superficie por habitaciones, estancias, ocupación y frecuencia. Ocupación mínima.

4.4- Financiación. Amortización por habitación. Empleados por habitación.

4.5- Conceptos generales sobre la Administración y control de la hotelería.

4.6- Administración y Contabilidad Hotelera.

4.7- La cuenta diaria en los hoteles: la main courante, la cuenta mensual en hotelería, cuenta anual en hotelería. Promedios de consumo.

4.8- El hotel frente a la administración oficial.

4.9- Tipos de alojamientos: paradores, albergues, posadas, refugios de montaña, hotelería de congresos, moteles.

4.10-El camping: ciudades de vacaciones, apartamentos, chalets. Cafeterías, bares y pubs. Problemática de la restauración. Salones internacionales de hotelería. El ferrocarril y el reto. La gastronomía y el turismo.

Unidad V- Identificación y Análisis de Destinos Turísticos.

5.1- Salones de fiestas. Nigth Clubs. Tablaos. Discotecas. Pubs. Piano bar. Casinos y juegos.

5.2- Teatros. Parques históricos: de atracciones, zoológicos, acuarios y planetarios.

5.3- La atracción permanente: "Son et Lumiere".

5.4- Olimpiadas.

5.5- Festivales musicales. Peñas. Folklore, Fiestas de interés turístico.

5.6- Carnavales. Toros. Fiestas caballerescas.

5.7- Congresos y Asambleas.

5.8- Ferias y exposiciones.

5.9- Animadores: una profesión turística.

5.10- Azafatas y/o secretarias de eventos.

Unidad VI - Organización y Gestión de los Destinos Turísticos.

6.1- Organización de los destinos turísticos.

6.2- Técnicas para el análisis de los destinos.

6.2.1- Técnicas cualitativas.

6.2.2- Técnicas cuantitativas.

6.2.3- Técnicas de análisis de prioridad.

6.2.4- Técnica Alternativa de Solución.

6.3- Planes, programas y proyectos ejecutados en los destinos turísticos.

6.4- Modelos de gestión aplicados en los destinos turísticos.

Unidad VII – Empresas Turísticas de Transportes

7.1- Las empresas turísticas de transportes. Características.

7.2- Autoritarismo.

7.3- Transporte por carretera.

7.4- Compañías y servicios interiores.

7.5- Estructuras.

7.5.1- Transportes internacionales a puerta cerrada y en lanzadera.

7.6- Renta- car service.

7.6.1- Su funcionamiento.

7.7- El leasing de bienes de equipo.

Unidad VIII - Transporte Aéreo

8.1- Panorama del transporte aéreo.

8.2- Niveles y libertades del aire.

8.3- Estructura del tráfico.

8.4- Pools de compañía.

8.5- Estructura del turismo aéreo.

8.6- El billete aéreo.

8.8- Otros organismos nacionales e internacionales.

8.9- Aeropuertos.

8.9.1- Los aeropuertos y sus problemas.

MISIÓN

Formar en valores, ciencias y técnicas para responder a los desafíos socioambientales, a través de la investigación docencia y extensión.

VISIÓN

Centro de formación tecnológica y científica con prestigio nacional e internacional.



- 8.9.2- Compañías regulares.
- 8.9.3- Su organización.
- 8.9.4- Compañías suplementales.
- 8.9.5- Vuelo Charter. Tipos.

Unidad IX - La Rama de Seguros

- 9.1- La rama de seguros y el turismo.
- 9.2- Seguros de carretera, marítimo y aéreo.
- 9.3- Tipos de indemnizaciones.
- 9.4- Seguros contra el mal tiempo.
- 9.5- Empresas de información agencias.
- 9.6- Profesionales especializados.
- 9.6.1- Guías intérpretes.
- 9.6.2- Correos libres de turismo.
- 9.7- Otras profesiones. Azafatas. Animadores.
- 9.8- Empresas de planificación y gestión.
- 9.9- Consultores y técnicos.
- 9.10- Concursos internacionales.

Unidad X - Turismo Sustentable

- 10. Turismo sustentable: Conceptos.
- 10.1 Principios del Desarrollo Sustentable.
- 10.2 Sustentabilidad Económica, Ecológica y Sociocultural.
- 10.3 Capacidad de Carga. Indicadores Medioambientales.
- 10.4 Beneficios del desarrollo del turismo sustentable.
- 10.5 Mejoras del Turismo Sustentable en las comunidades locales.
- 10.6 Calidad Ecoturística.

Unidad XI - Planificación del Turismo

- 11.1- Planificación del turismo para el desarrollo sustentable.
- 11.2- La Planificación como instrumento de Desarrollo Turístico.
- 11.3- Niveles y elementos de la Planificación Turística.
- 11.4- Estrategias de Desarrollo Turístico.
- 11.5- Instrumentos de Planificación.
- 11.6- Indicadores de Sustentabilidad.
- 11.7- Evaluación del Turismo Sustentable.
- 11.8- Sustentabilidad medioambiental de las empresas agrícolas y de las agroindustriales.

Unidad XII - El Boom del Turismo

- 12.1- La crisis mundial del petróleo.
- 12.2- La época actual.
- 12.3- Quiebras de las empresas.
- 12.4- La defensa del consumidor.
- 12.5- Reclamaciones.
- 12.5.1- Fondos de garantía.
- 12.6- Repatriaciones.
- 12.6.1- La picaresca empresarial.
- 12.7- Previsiones del turismo.
- 12.8- Análisis del turismo actual en Paraguay.
- 12.9- Las multinacionales en otros campos del turismo.
- 12.10- Tarjetas de crédito.
- 12.10.1- Reservas.
- 12.10.2- Alquiler de vehículos.

Unidad XIII - La Inversión Extranjera

- 13.1- La inversión extranjera.
- 13.2- Introducción inversión inmobiliaria.
- 13.3- Inversiones singulares. Micro- inversión y gran inversión.
- 13.4- Las aportaciones de las empresas extranjeras.
- 13.5- Acuerdos de las empresas mixtas.
- 13.6- El acuerdo agencia- Hotel.
- 13.7- La internacionalización de los mercados.

MISIÓN

Formar en valores, ciencias y técnicas para responder a los desafíos socioambientales, a través de la investigación docencia y extensión.

VISIÓN

Centro de formación tecnológica y científica con prestigio nacional e internacional.



-
- 13.8- Legislaciones contra la integración hotelería americana versus Hotelería Europea.
13.9- Las grandes cadenas: Hilton. Sheraton. Holidays Inns. Grand Metropolitan.
13.9.1- Cadenas Francesas: meridien, Novotel, Softel.

VI. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

Las competencias se adquirirán preferentemente a través de:

- Clases Magistrales en aula
- Clases Prácticas en aula. Estudio de casos y situaciones problemáticas de la vida laboral.
- Clases Prácticas. Excursión de carácter académico en donde aplicarán las técnicas aprendidas para ello.

VII. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

El sistema de evaluación se realizará conforme a lo establecido en el reglamento vigente de la Facultad.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Básicas:

- GURRÍA-DI BELLA, Manuel. **“Introducción al Turismo”**. Editorial Trillas. México. 1997. Reimpresión 2009.
- FLORES, Miguel **“Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo”**. Venezuela: Vadell. 2da Edición. Hermanos. (2000).

Complementarias:

- CABARCOS NOVÁS, Noelia. **“Promoción y Venta de Servicios Turísticos”**. Editorial Ideas propias. España 2006.
- FOLGADO FERNÁNDEZ, J. A. Campón Cerro Ana María, J.M. Hernández. **“Nuevas perspectivas del turismo para la próxima década: III Jornadas de Investigación en Turismo”**, Pilar de Fuentes Ruiz, 2010,
- SANTANA, Agustín. **“Patrimonios culturales y Turistas: Unos leen lo que otros miran”**. 2003. Vol. 1 Núm 1. Pp 1-12

MISIÓN

Formar en valores, ciencias y técnicas para responder a los desafíos socioambientales, a través de la investigación docencia y extensión.

VISIÓN

Centro de formación tecnológica y científica con prestigio nacional e internacional.