

Licenciatura en Administración Hotelera

:: PROGRAMA ::

“CICLO DE CONFERENCIAS DE ACTUALIZACIÓN PROFESIONAL EN EMPRESAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS”

Organizan:

Licenciatura en Administración Hotelera
Área: Organización Hotelera
Área: Turismo

Coordinan:

Lic. Stella Maris Pereyra
Mg. Marian Lizurek

Colaboran

Lic. Ariel Barreto
Lic. Ezequiel Cannizzaro

Antecedentes

El turismo, como actividad económica, forma parte de los grandes cambios y transformaciones que se vienen forjando en los diversos sectores económicos mundiales. Con el correr del tiempo se ha transformado en la principal actividad económica de muchos países y en el sector de más rápido crecimiento en términos de ingresos de divisas y generación de empleo, como resultado de su carácter multisectorial. El modelo tradicional de centralización de instalaciones y de servicios turísticos en torno a un atractivo clave, ha ido evolucionando hacia nuevas formas de combinación con el medio y con las comunidades locales. Esta actividad ha ido conformándose en un elemento estratégico clave en muchos países, comenzándose a desarrollar políticas públicas apuntando a la planificación, promoción, comercialización de sus destinos turísticos, focalizado en el desarrollo económico de esta actividad.

Considerando que el flujo turístico año a año crece en el mundo entero, (según datos del último Barómetro OMT del Turismo Mundial indica que las llegadas de turistas internacionales registraron un notable aumento del 7% en 2017 hasta alcanzar un total de 1.322 millones), que la expansión del mercado turístico de los últimos años arroja cifras de crecimiento a nivel mundial y que la competencia entre los destinos turísticos es cada vez mayor, es posible establecer que el mercado Turístico y en particular el hotelero, se enfrenta a altos niveles de competitividad. En este sentido las empresas del sector trabajan en pos de la diferenciación del servicio para enfrentar el contexto cambiante y una de las herramientas indiscutibles para lograrlo es trabajando a favor de la profesionalización del sector.

Este escenario complejo requiere de la formación del capital humano, factor imprescindible de la industria de la hospitalidad, para el logro de la excelencia en la prestación de los servicios.

Persiguiendo el objetivo de la profesionalización del sector, desde la carrera de Administración Hotelera, se vienen realizando varias experiencias que pretenden acompañar a estudiantes y graduados en este proceso. Las actividades comienzan en

Licenciatura en Administración Hotelera

el año 2007, bajo el formato “*Taller Permanente sobre Competitividad en la Mipymes Hoteleras y Turísticas*” y en el año 2008 la jornada “*Liderando en Tiempos de Crisis*”. En el mismo sentido, desde el año 2011 a la fecha se realizan actividades en el marco del “*Taller de Formación Continua: Profesionalización de la Gestión en las Mipymes Hoteleras*” en las cuales se ha trabajado en diversas temáticas y todas ellas dirigidas a egresados y estudiantes avanzados de la carrera de Administración Hotelera de esta Universidad, a profesionales del sector y a miembros de la comunidad universitaria. Cabe destacar que todas las actividades fueron organizadas por la Licenciatura en Administración Hotelera.

Objetivo:

Organizar actividades de actualización profesional que transmitan conocimientos clave sobre modernas herramientas profesionales de gestión para organizaciones de servicios en general y turísticos hoteleros en particular, tales como desafíos en la administración del capital humano, lineamientos y estrategias de marketing y comercialización e innovaciones tecnológicas, entre otros, permitiendo adecuarse y/o afianzarse a los permanentes cambios y nuevos escenarios de competitividad, contribuyendo al logro de los objetivos de las organizaciones y favoreciendo la mejora continua de los procesos.

Propuesta:

El mercado del turismo continúa expandiéndose y como consecuencia de ello sigue provocando cambios constantes de comportamiento, a la vez que exigiendo cada vez más la necesidad de formación continua, la aplicación de modernas herramientas de gestión estratégica y la consiguiente profesionalización del factor humano. Por lo tanto, y con el propósito de continuar con el trabajo iniciado en años anteriores, se propone la actualización y profundización de los conocimientos a través de este ciclo de conferencias en áreas claves de empresas de servicios turísticos.

Al mismo tiempo, se propicia la creación de condiciones que conduzcan a la búsqueda constante de la experimentación de nuevos métodos y herramientas, la formación crítica y la producción de sistemas de aprendizaje que motiven a la formación continua como elemento esencial de las organizaciones actuales.

Cuando los profesionales o estudiantes en formación se someten a un proceso de especialización se incrementan las opciones de inserción laboral pero además se contribuye de forma directa a la calidad del servicio ofrecido por la empresa turística, determinando de forma directa su productividad y valoración en términos de calidad.

Todo lo anterior implica, por tanto la innovación constante en propuestas de cursos de especialización o actividades de actualización sobre temáticas y nuevos desafíos relacionados a los cambios tecnológicos, sociológicos, legales, de gestión, a los que se enfrenta el sector turístico, que no deja de ser pionero en los avances que se introducen, cada día, en la gestión de productos y empresas. Sólo de esta manera seremos capaces de responder a una sociedad cambiante, informada, exigente y muy necesitada de compensaciones en el campo del ocio y del entretenimiento.

Destinatarios:

Estudiantes
Graduados

Licenciatura en Administración Hotelera

Docentes
Profesionales

CONFERENCIAS

Conferencia 1: “Empresas PyME. Ideas ejecutivas para enfrentar las crisis”

Cuando los ingresos de fondos y los beneficios actuales y los proyectados a futuro por la empresa no coinciden con sus aspiraciones, se hace necesario recurrir a estrategias y herramientas que impulsen cambios positivos, tratando de acercar los deseos y necesidades a las expectativas.

La dinámica interna y externa de la explotación empresarial suele ser, a menudo, muy complicada y lejana a lo ideal. La inflación, la situación socioeconómica y los costos crecientes dificultan la obtención de los beneficios buscados. ¿Cómo conseguir beneficios en este escenario? ¿Cómo reducir los costos sin cercenar las ventajas competitivas de la empresa, sin reducir la calidad? ¿Cómo manejarse en escenarios de precios con inflación?

No hay respuestas mágicas, pero se puede trabajar en la identificación de áreas y procesos de mejora. Esto supone comprender cómo planificar ventas, costos y resultados, conocer cómo se comportan las empresas que han logrado sobrevivir a lo largo de numerosas crisis en los últimos 50 años en nuestro país y tratar de conocer, comprender y adoptar sus estrategias y tácticas exitosas.

Temario

- Análisis y evaluación del impacto de la crisis sobre la empresa.
- Identificación de las situaciones y procesos que requieran de mejoras, para obtener ventas y mejores beneficios, gestionando costos.
- Identificación y aplicación de las estrategias y tácticas más avanzadas y exitosas relativas a la reducción de costos y a la fijación de precios rentables.
- Determinación y selección de las mejores estrategias y herramientas de marketing que utilizan las empresas exitosas.

Dirigido a:

Estudiantes y graduados de carreras vinculadas con los negocios, en la UNQ. asesores de empresas, empresarios PyME, gerentes y niveles directivos con la responsabilidad en la generación de negocios y resultados, y en el diseño e implementación de estrategias empresarias.

Metodología y duración: exposición con desarrollo de casos reales; 2 horas.

Disertante: Lic. Aldo Albarellos

Fecha: martes 06 de noviembre de 2018, 18.00 horas.

Conferencia 2: “Experiencias inmersivas en hotelería y turismo.”

Licenciatura en Administración Hotelera

La sociedad de la información trae cambios continuos que impactan como nunca antes en la historia en la economía, tanto en los productores como en los consumidores, obliga a replantearse las cosas: las empresas ahora tienen que tener el oído más fino para entender a la demanda y enfrentar las principales barreras para la transformación digital del sector, como la resistencia al cambio, la falta de visión estratégica o la falta de conocimiento y talento.

El turista actual se caracteriza por el uso intensivo de tecnologías de información y comunicación (TIC) desde las primeras búsquedas en Internet hasta el uso de dispositivos móviles. Se trata de una demanda mejor informada, con mayor experiencia en viajes, con comportamientos más flexibles a la hora de elegir un destino o un servicio, y con mayores exigencias en cuanto a la calidad de los mismos.

Atendiendo a estos conceptos, algunas de las tendencias que se destacan en el sector turístico, se orientan a nuevos modelos de intermediación, generados por la combinación de diferentes tecnologías y la irrupción de nuevos agentes. La geolocalización, la realidad virtual o la realidad aumentada empiezan a tener relevancia y contribuyen a mejorar la prestación de servicios y la experiencia del cliente y a potenciar el marketing personalizado y de proximidad.

La realidad mixta (mixed reality) o realidad superpuesta es una tendencia que presenta la posibilidad de combinar entornos virtuales con el mundo físico en tiempo real. Lo que esta tecnología permite no es solo la capacidad de generar nuevos espacios, sino la posibilidad de interactuar en los mismos, con objetos y/o personas tanto reales como virtuales: un concepto de realidad virtual y realidad aumentada combinadas, con el que se eliminan gran parte de las limitaciones existentes en esas tecnologías.

El recorrido que este tipo de tecnología puede tener sobre el sector turístico escapa a los límites de la imaginación. Algunas de las funcionalidades que esta tecnología de realidad mixta aporta a la actividad, son:

- Herramientas para potenciar y reforzar la experiencia de reserva.
- Interactividad con elementos en museos.
- Mejora de la experiencia y valor añadido durante la estancia en el hotel.
- Superposición de información interactiva en destinos.
- Gamificación sobre zonas concretas.
- Mejora de la experiencia de traducción simultánea en remoto.

Los principales agentes tecnológicos del mercado toman posiciones y la industria turística debe estar preparada para adaptarse al cambio. La accesibilidad al consumo de estos dispositivos, la capacidad de desarrollo por parte de las empresas tecnológicas y el abaratamiento de los costos, además de profesionales formados, serán aspectos clave para que su consumo sea generalizado.

Temario

- Presentación del proyecto de investigación “El impacto de la realidad aumentada y virtual en turismo”. Director: Lic. Pablo Kohen. Co-director: Mg. Juan Maskaric
- Estado actual de la realidad aumentada y mixta.
- Líneas de investigación y desarrollo.

Licenciatura en Administración Hotelera

Dirigido a: Estudiantes, graduados y profesionales en Turismo y Hotelería. Docentes.

Metodología y duración: exposición con desarrollo de ejemplos reales; dos horas.

Disertantes: Lic. Pablo Kohen; Mg. Juan Maskaric.

Fecha: miércoles 31 de octubre de 2018, 18.00 horas.

Conferencia 3: “Trabajo en equipo y Liderazgo.”

Objetivo: Dotar a los participantes de los conocimientos específicos y necesarios para desarrollar habilidades en los vínculos profesionales, reconociendo la necesidad del trabajo con otros y generando motivación en el ámbito laboral para el logro de las metas organizacionales.

Temario

- Introducción, conceptos de motivación. El contrato psicológico y la motivación en el trabajo. Teorías contemporáneas de la Motivación – de los conceptos a las aplicaciones.
- La diversidad en las organizaciones. Estrategias de motivación y fidelización del personal. Componentes y principios del trabajo en equipo.
- Trabajo en equipo y su influencia en el desempeño. Ventajas y obstáculos.
- Equipos multi-generacionales, estrategias de integración y soluciones a conflictos.

Dirigido a: estudiantes, graduados y profesionales en hotelería, turismo, RRHH, docentes.

Metodología y duración: exposiciones cortas interactivas a cargo del docente. Videos motivadores para presentar o ilustrar ejemplos. Dinámicas grupales que permiten vivenciar los conceptos y desarrollar competencias.

Disertantes: Lic. Cristian Uriel; Lic. Ariel Barreto.

Fecha: lunes 5 de noviembre de 2018, 18.00 horas.