

ASISTENTE HOTELERO/A Y TURÍSTICO/A

DESARROLLO TEMÁTICO

Unidad 1: "Estudio detallado y descripción de los puestos de trabajo en la hotelería"

- RECEPCIONISTA: Perfil, funciones, reservaciones, manejo de sobreventas.
- CONSERJERÍA: Información, correspondencia y mensajes, atención telefónica y reclamos.
- AMA DE LLAVES: Revisión, control y limpieza.
- Habilidades requeridas para los puestos.

Unidad 2: "Operación, Administración y Marketing en Hotelería y el Turismo"

Características de cada una de estas funciones:

- ADMINISTRACIÓN: Planilla de caja, gasto de huésped, controles diarios y posnet.
- SEGURIDAD: Externa, interna, emergencias, accidentes y protección.
- MARKETING: Relaciones públicas, internas y externas.

Unidad 3: "Asistencia al turista y Elaboración de proyectos Turísticos"

- Servicios turísticos: contratación de servicio al pasajero, excursiones, transportes (aéreo, ómnibus etc.), actividades recreativas (teatro, show, restaurants, etc.) Y alquiler de vehículos.
- Guía para la elaboración de un proyecto de servicio turístico: denominación del proyecto, naturaleza del proyecto, fundamentos y justificación, objetivos, metas, población destinataria, ámbito geográfico, plan de acción, metodologías y técnicas, duración/cronograma, recursos necesarios y presupuesto.

Unidad 4: "Desarrollando habilidades conversacionales para una comunicación efectiva"

- Afirmaciones y declaraciones. Algunas declaraciones fundamentales. Sobre la relación entre afirmaciones y declaraciones. La distinción de "inquietud". La danza de las promesas: sobre peticiones y ofertas.
- El papel generativo del lenguaje. Los juicios y la estructura de la temporalidad. Cómo se fundan los juicios. La doble cara de los juicios. Los juicios y el dominio de la ética. Juicios y formas de ser. Más allá de lo bueno y de lo malo. Los juicios y el sufrimiento humano. Una cuestión de confianza. Hacia una ética fundada en el respeto.
- La falacia de la transmisión de información. Escuchar no es oír. Desde lo descriptivo a lo generativo del lenguaje. Las acciones comprendidas en el hablar. El supuesto de «intención» para dar sentido a nuestras acciones. La solución ofrecida por Freud. Cuestionamiento del concepto de intención. De intenciones a inquietudes. La matriz básica del escuchar. El ámbito de la acción. El ámbito de las inquietudes. El ámbito de lo posible. El ámbito del alma humana. Apertura: la postura fundamental del escuchar. Una manera de ser que permite muchas maneras de ser. Dominios de observación para desarrollar un escuchar efectivo.

Unidad 5: Profundización de las herramientas básicas de marketing

- | | |
|---|--|
| 1.1. Introducción | 3.4. El enfoque de ventas |
| 1.2. Los conceptos básicos del marketing | 3.5. El enfoque marketing |
| 1.3. Necesidades, deseos y demandas | 4.1. Necesidades genéricas y derivadas |
| 1.4. Productos | 4.2. Necesidades y deseos |
| 1.5. Valor, costos y satisfacción | 4.3. Necesidades, deseos y demanda |
| 1.6. Intercambios, transacciones y relaciones | 4.4. Las necesidades sociales |
| 1.7. Mercados | 4.5. Análisis tipológico de las necesidades |
| 1.8. Marketing y buscadores de intercambios | 4.6. Análisis de la motivación humana |
| 2.1. La gestión de marketing | 4.7. Lecturas adicionales relacionadas a la unidad |
| 2.2. Conceptos y herramientas de marketing | 5.1. El comportamiento del consumidor |
| 3.1. Orientaciones de las empresas hacia el mercado | 5.2. El enfoque macroeconómico |
| 3.2. El enfoque producción | 5.3. Enfoque sociológico |
| 3.3. El enfoque producto | 5.4. Enfoque conductista |

- 6.1. Ciclo de vida de un producto - Introducción
- 6.2. Etapa previa
- 6.3. Etapa de introducción
- 6.4. Etapa de crecimiento
- 6.5. Etapa de madurez
- 6.6. Etapa de declinación
- 6.7. Etapa de desaparición y retiro
- 6.8. ¿Qué estrategias deben utilizarse en cada una de las etapas del ciclo de vida, para una

gestión de valor?

- 6.9. Estrategias por seguir en la etapa de crecimiento.
- 6.10. Estrategias por seguir en la etapa de madurez.
- 7.1. Cómo se fijan los precios
- 7.2. Cómo se fijan los precios. Introducción
- 7.3. Antecedentes
- 7.4. Cómo fijar el precio

Unidad 6: Utilización eficaz del tiempo

- ¿Qué son los hábitos?
- Los ladrones del tiempo:
- Interrupciones
- La improvisación
- Reuniones Improductivas
- La Televisión
- Internet
- El email
- El celular
- El teléfono Fijo... con cuidado

Duración: 6 meses – 216 horas cátedra