

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD POLITÉCNICA
LICENCIATURA EN GESTIÓN DE LA HOSPITALIDAD
ÉNFASIS EN HOTELERÍA
PLAN 2008
PROGRAMA DE ESTUDIOS

Resolución N° 21/16/04-00 Acta N° 1112/09/08/2021 - ANEXO 02

I. - IDENTIFICACIÓN

1.	Asignatura	: Hotel VI
2.	Semestre	: Octavo
3.	Horas semanales	: 5 horas
3.1.	Clases teóricas	: 3 horas
3.2.	Clases prácticas	: 2 horas
4.	Total real de horas disponibles	: 80 horas
4.1.	Clases teóricas	: 48 horas
4.2.	Clases prácticas	: 32 horas

II. - JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de un proyecto final de grado, de alojamiento y/o investigación sobre temas referentes al sector de la hospitalidad que contribuyan con el crecimiento y fortalecimiento de la actividad turística, es el eje principal de este semestre.

Los estudiantes en esta asignatura deben desarrollar, defender y presentar un proyecto final de grado iniciado en Hotel V, este trabajo debe conjugar todas las competencias adquiridas a lo largo de la carrera universitaria y permitir su aplicabilidad a la realidad del país.

III. - OBJETIVOS

1. Desarrollar un proyecto y/o una investigación, de una unidad de hospitalidad que aporte información de relevancia sobre el sector, haciendo uso de los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en los cuatro años de la carrera.-
2. Describir la gestión operativa del proyecto.
3. Analizar características generales del área de mercado, de la competencia y la oferta y la demanda como factores importantes para la elaboración del proyecto.
4. Formular conclusiones y recomendaciones para el tema elegido.

IV. - PRE - REQUISITO

1. Hotel V.

V. - CONTENIDO

5.1. Unidades programáticas

1. Factibilidad hotelera. Análisis
2. Delimitación del campo de estudio
3. Equipo de trabajo
4. Producto y mercado
5. Planeación e Investigación de Campo
6. Características generales del área de Mercado
7. Análisis de la competencia
8. Análisis de oferta y la demanda
9. Diseño de proyecto de grado, plan de negocios o estudio e investigación
10. Conclusiones.

5.2. Desarrollo de las unidades programáticas

1. Factibilidad de la operación hotelera
 - 1.1. Proceso del desarrollo hotelero
 - 1.2. Importancia del análisis de factibilidad
 - 1.3. Objetivos del estudio de factibilidad
2. Delimitación del campo de estudio
 - 2.1. Fase I – Estudio de Mercado
 - 2.2. Fase II – Proyecciones Financiera
 - 2.3. Fase III – Informe Final
3. Equipo de trabajo
4. Producto y mercado

5. Planeación e Investigación de Campo
 - 5.1. Objetivos del estudio
 - 5.2. Etapa de Planeación de Visita del entorno a estudiar
 - 5.3. Revisión y Recopilación preliminar de bibliografía y materiales acerca del lugar
 - 5.4. Preparación de cronograma de visita al lugar
 - 5.5. Procedimientos a realizar
6. Características generales del área de Mercado
 - 6.1. Objetivos del estudio
 - 6.2. Factores que influyen en el análisis del área de mercado
 - 6.2.1. Población
 - 6.2.2. Empleo
 - 6.2.3. Poder Adquisitivo
 - 6.2.4. Producto Interno Bruto
 - 6.2.5. Actividad industrial
 - 6.2.6. Entrada y salida de visitantes
 - 6.2.7. Actividad de convenciones y congresos
 - 6.2.8. Construcción
 - 6.2.9. Ambiente político
 - 6.2.10. Seguridad
 - 6.3. Crecimiento de demanda
7. Análisis de la competencia
 - 7.1. Objetivos del estudio
 - 7.2. Identificación de la competencia
 - 7.3. Factores relevantes en el análisis de la competencia
 - 7.3.1. Localización
 - 7.3.1.1. Vías y medios de acceso
 - 7.3.2. Instalaciones
 - 7.3.3. Servicios ofrecidos
 - 7.3.4. Información administrativa
 - 7.3.5. Información general
 - 7.3.6. Desarrollos futuros
8. Análisis de oferta y la demanda
 - 8.1. Oferta. Objetivos del estudio
 - 8.2. Análisis por segmento de mercado
 - 8.2.1. Hombres de negocio
 - 8.2.2. Turista de placer
 - 8.2.3. Grupos de convenciones, conferencias o seminarios
 - 8.2.4. Otros:
 - 8.2.4.1. ecoturismo
 - 8.2.4.2. empleados de construcción
 - 8.2.4.3. aerolíneas
 - 8.2.5. Origen del visitante
 - 8.2.6. Identificación de los segmentos en el área de mercado
 - 8.3. Demanda. Objetivos de estudio
 - 8.4. Fuentes para cuantificar la demanda
9. Diseño de proyecto de grado: plan de negocios o estudio e investigación.
 - 9.1. Elección del tema
 - 9.2. Planteamiento y formulación del problema
 - 9.3. Descripción del problema
 - 9.4. Formulación del problema
 - 9.5. Objetivos de la investigación
 - 9.6. Justificación de la investigación
 - 9.7. Marco referencial
 - 9.8. Marco teórico o estado del arte
 - 9.9. Marco conceptual (cuando proceda)
 - 9.10. Formulación de Hipótesis (cuando proceda)
 - 9.11. Diseño metodológico
 - 9.12. Tipo de investigación
 - 9.13. Población y muestra
 - 9.13.1. Población
 - 9.13.2. Diseño de muestra
 - 9.14. Recolección y fuentes de información
 - 9.14.1. Técnicas de recolección de información
 - 9.14.2. Procesamiento de la información
 - 9.15. Cronograma
 - 9.16. Estudio económico (cuando proceda)
 - 9.17. Bibliografía
 - 9.18. Informe Final o Conclusión
 - 9.19. Entrega de Avances del trabajo escogido



VI. - ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

1. Análisis, reflexión, evaluación de marcos teóricos
2. Discusión y debate
3. Investigación en forma individual o grupal
4. Revisión de los avances (cronograma de trabajo por etapas)

VII. - MEDIOS AUXILIARES

1. Guía de trabajo
2. Equipo multimedia.
3. Borradores de proyectos
4. Revistas de hotelería.

VIII. - EVALUACIÓN

1. Acorde a la Reglamentación y Normativas vigentes en la Facultad Politécnica

IX. - BIBLIOGRAFIA

1. Castaño, J. M. (2005). *Psicología social de los viajes y del turismo*. Madrid. Thomson.
2. Dorado, J. A. (2011). *Dirección de alojamientos turísticos*. Madrid: Síntesis.
3. Duplan, S. (2006) *Factibilidad hotelera: análisis y evaluación*. México. México: Editorial Trillas.
4. González Viaña, M. (2006). *Turismo y ciudad: nuevas tendencias*. Buenos Aires. Ediciones Turísticas.
5. Hernández Sampieri, R. (2006). *Metodología de la Investigación*. México. México: Editorial Mc Graw Hill.. Disponible online: https://docs.google.com/file/d/0BxA2vs_RKRvJYjU5Zjk2ZDA0YzY5Ni00ZjhhLWFIM2YtYTYzhiNTUyN2Yw/edit?hl=es/ https://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf
6. Lacanau, G. y Norrild, J. (Coord.) (2003). *Gastronomía y turismo: cultura al plato*. Buenos Aires: Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos.
7. Ortega, E. (coord.). (2003). *Investigación y estrategias turísticas*. Madrid: Thomson.
8. Sapag Chain, N. & Reinaldo (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Bogotá. Colombia: McGraw-Hill. Disponible online: <http://www.grupomera.net/eBooks-PDF/EvaluacionProyectos/Preparacion-Evaluaci%F3n-Proyectos-SAPAG-5ta.pdf>
9. Vegas, A. A. (2006). *Manual de finanzas para empresas turísticas*. Madrid. Síntesis
10. Vignati Scarpati, F. (2009). *Gestión de destinos turísticos: como atraer personas a polos, ciudades y países*. México. Trillas.
11. Yepes, V. (1996). *Calidad de diseño y efectividad de un sistema hotelero*. Valencia. España: Papers de Turisme. Fundacion Cavanilles de Altos estudios. Disponible online: <http://personales.upv.es/vyepesp/96YXX01.pdf>
12. Ziporovich, A. (2006). *Turismo y recreación*. México. Trillas

