

PROGRAMA ANALÍTICO

1. DATOS INFORMATIVOS

DEPARTAMENTO: CIENCIAS ECON. ADMIN. Y COMERC		ÁREA DE CONOCIMIENTO: HOTELERIA	
NOMBRE DE LA ASIGNATURA: HOSPITALIDAD		PERIODO ACADÉMICO: PREGRADO S-II SEP19 - FEB 20	
CÓDIGO: TSU10		No. CREDITOS:	NIVEL: PREGRADO
FECHA ELABORACIÓN: 30/09/2019	EJE DE FORMACIÓN	HORAS / SEMANA	
	PROFESIONAL	TEÓRICAS:	PRÁCTICAS/LABORATORIO
DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA: La asignatura HOSPITALIDAD, posibilita tener conocimientos sobre la gestión en la organización dirigido a optimizar recursos, costos y al constante mejoramiento de la calidad del servicio para conseguir la satisfacción y la fidelización del cliente. La asignatura promueve a la construcción de un sistema integral de servicio, como elemento estratégico de diferenciación y ventaja competitiva de la cadena de valor que beneficie tanto al cliente como a la organización, que le permita suministrar un flujo continuo de servicios y momentos de verdad con alta significación, para crear la percepción de un valor superior en la mente de los clientes y con ello su posicionamiento.			
CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA A LA FORMACIÓN PROFESIONAL: Desarrollo de diferentes habilidades y destrezas relacionadas con operaciones de negocios turísticos y la provisión de una amable y generosa hospitalidad, que incluye actitudes, comportamientos, servicios y actividades ya que los clientes tienen una gran habilidad para controlar la experiencia de la hospitalidad y los operadores turísticos deben ser sensibles a esta habilidad			
RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA CARRERA (UNIDAD DE COMPETENCIA): Las asignaturas de este nivel permiten que el estudiante desarrolle diferentes habilidades relacionadas con la comunicación oral y escrita para aplicarlas en la actividad turística a través de la hospitalidad ofreciendo servicios turísticos de calidad, además utiliza la estadística descriptiva administrativa que le permitirá conocer y representar la realidad de la actividad turística a través de datos objetivos. Reconoce y valora el cosmos histórico del país y del mundo. Identifica el bio-entorno turístico, conociendo especies de flora y fauna en los diferentes ecosistemas y que sirve de base para la ejecución de la gira de estudios donde el estudiante relaciona los conocimientos adquiridos en este nivel con la utilización de las técnicas de guía.			
OBJETIVO DE LA ASIGNATURA: Aplicar en empresas de servicio un eficaz y eficiente sistema de gestión en servicio que estimule y apalanque la cultura corporativa, la ventaja competitiva, la cadena de valor, la diferenciación de los servicios y la satisfacción del cliente.			
RESULTADO DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA: (ELEMENTO DE COMPETENCIA): - Reconoce, describe y analiza procesos de optimización de programas de servicios de calidad que pueden estar presentes en las empresas exitosas. - Caracteriza los procesos de optimización y desarrolla nuevos modelos de servicio al cliente de forma que contribuyan al éxito de una empresa. - Formula modelos de optimización y propone las herramientas que pueden ser aplicadas para encontrar resultados favorables. - Propone y realiza el seguimiento y evaluación de la aplicación de los modelos de servicio al cliente con relación al nivel de satisfacción de los clientes			

2. SISTEMA DE CONTENIDOS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

UNIDADES DE CONTENIDOS	
Unidad 1 FUNDAMENTOS Y OPERACIONES DEL SERVICIO	Resultados de Aprendizaje de la Unidad 1 Diferencia y aplica la Hospitalidad como parte de la gestión de la calidad y los valores institucionales en las Empresas Turísticas
cONCEPTOS E IMPORTANCIA DEL SERVICIO AL CLIENTE - Fundamentos de Hospitalidad. Características y Principios que rigen al servicio - Reseña Histórica y evolución del Servicio - Atributos y cualidades del servicio El Cliente - Conceptos - Clasificación de clientes - Características de los clientes - Trato al cliente según tipo.	

PROGRAMA ANALÍTICO

UNIDADES DE CONTENIDOS

EL SERVICIO

- 3.1 Conceptos de Servicio, el servicio como producto intangible
- 3.2 Ventajas del servicio y su influencia en la imagen de la empresa:
 - Imagen corporativa: factores materiales:
 - Factores inmateriales:
- 3.3 Quejas y reclamos.
 - Técnicas de atención a quejas y reclamos
 - El proceso de atención a reclamo.
 - Técnica EPAS para atender reclamos

Unidad 2	Resultados de Aprendizaje de la Unidad 2
Mercado del servicio.	Caracteriza, evalúa e implementa estrategias de calidad para el servicio al cliente

El ciclo del servicio

Ciclo de vida del servicio

Los momentos de verdad y los momentos críticos del servicio

Matriz de los momentos de verdad

Las estrategias del servicio

- Proceso para elaboración de estrategias.
- Tipos de estrategias para el servicio

Las 4 "C" del servicio y su aplicación en las Empresas turísticas

características de las 4 "C", aplicación

El servicio en empresas de alojamiento

- Tipos de alojamiento
- Principios de servicio para servicios hoteleros

El valor agregado en el servicio y su tratamiento

- Factores del valor agregado
- Efectividad del valor agregado en las empresas de éxito.

Unidad 3	Resultados de Aprendizaje de la Unidad 3
Auditoría del servicio	Identifica, analiza y evalúa los estándares de calidad del servicio al cliente en la empresa.

Nuevo enfoque del servicio en Hospitalidad

Nuevo enfoque del servicio en Hospitalidad

Características de los prestadores de servicios

Zona urbana - Zona rural

Personal para atención a turistas

- Cultura y filosofía del Servicio
- Mecanismos para generar cultura del servicio. Filosofía empresarial del servicio.

Evaluación de la relación del cliente con la empresa

- sistemas de medición o evaluación del Servicio al cliente
- Porqué medir la satisfacción del cliente
- la evaluación del servicio al cliente como herramienta de mejora continua

Metodología para evaluación de la satisfacción del cliente en empresas turísticas

- control interno de los procesos de servicio al cliente.
- Modelo de gestión de la calidad del servicio al cliente

3. PROYECCIÓN METODOLÓGICA Y ORGANIZATIVA PARA EL DESARROLLO DE LA ASIGNATURA (PROYECCIÓN DE LOS MÉTODOS DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE QUE SE UTILIZARÁN)

- 1 Investigación Exploratoria

PROGRAMA ANALÍTICO

PROYECCIÓN DEL EMPLEO DE LA TIC EN LOS PROCESOS DE APRENDIZAJE

- 1 Herramientas Colaborativas (Google, drive, onedrives, otros)

4. TÉCNICAS Y PONDERACIÓN DE LA EVALUACIÓN

- En este espacio se expresarán las técnicas utilizadas en la evaluación del proceso de enseñanza aprendizaje o evaluación formativa y sumativa.
- Las técnicas que se recomienda usar son: Resolución de ejercicios, Investigación Bibliográfica, Lecciones oral/escrita, Pruebas orales/escrita, Laboratorios, Talleres, Solución de problemas, Prácticas, Exposición, Trabajo colaborativo, Examen parcial, Otras formas de evaluación.
- Recordar que mientras más técnicas utilicen, la evaluación será más objetiva y el desempeño del estudiante se reflejará en su rendimiento (4 o 5 técnicas).
- Para evaluar se deberá aplicar la rúbrica en cada una de las técnicas de evaluación empleadas. Se debe expresar en puntaje de la nota final sobre 20 puntos. No debe existir una diferencia mayor a dos puntos entre cada técnica de evaluación empleada.
- En la modalidad presencial existen tres parciales en la modalidad a distancia existen dos parciales, toda la planificación de periodo académico se la realiza en función del número de parciales de cada modalidad.
- La ponderación a utilizarse en la evaluación del aprendizaje del estudiante será la misma en las tres parciales.
- Para la aprobación de una asignatura se debe tener una nota final promedio de 14/20, en los tres o dos

5. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA/ TEXTO GUÍA DE LA ASIGNATURA

Titulo	Autor	Edición	Año	Idioma	Editorial
Administración de la hospitalidad	Walker, Jhon R.	4	2015	spa	Pearson

6. FIRMAS DE LEGALIZACIÓN

LUIS BENIGNO PALOMINO SIZA
COORDINADOR DE AREA DE CONOCIMIENTO

DIRECTOR DE CARRERA

JULIO TAPIA LEON
DIRECTOR DE DEPARTAMENTO