



Universidad
Andrés Bello®

APRUEBA NUEVO PLAN DE ESTUDIOS
DE LA CARRERA INGENIERÍA EN
ADMINISTRACIÓN HOTELERA
INTERNACIONAL

RECTORÍA

D.U. N° 2629 / 2019

Santiago, 22 de febrero 2019

TENIENDO PRESENTE: La proposición del Director de Escuela de Turismo y Hotelería, la aprobación del Decano y del Consejo de Facultad de Economía y Negocios, lo manifestado por el Director General de Docencia y la opinión favorable del Vicerrector Académico, oído el Consejo Superior en sesión del 5 de Septiembre y la aprobación de la Junta Directiva, en sesión del 13 de Diciembre del 2018.

VISTOS: Las facultades que me confiere la reglamentación vigente.

DECRETO

Apruébese el nuevo plan de estudios de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, perteneciente a la Facultad de Economía y Negocios, y que entrará en vigencia el primer semestre del año 2019.

**Plan de Estudios
Carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional**

**TITULO PRIMERO
Fundamentos, Justificación y Objetivos**

Artículo 1º.- La carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional tiene como propósito formar profesionales con una sólida base de conocimientos y conceptos referidos a la industria de la hospitalidad y la actividad turística, basada en proveer una educación de calidad a sus estudiantes, consolidando la implementación del Modelo Educativo UNAB; sustentado en la educación activa, que busca centrar plenamente el accionar docente en la efectividad del aprendizaje, destacando las habilidades comunicacionales, directivas y éticas, de forma transversal

Paula K. P.
J.M.

[Handwritten signature]

UNIVERSIDAD ACREDITADA

Por 4 años hasta diciembre 2021

Middle States Commission
on Higher Education
3624 Market Street
Philadelphia, PA 19104-2680
UNIVERSIDAD ACREDITADA 2015 - 2020



Formar Transformar

al currículum de la carrera; lo que implica una perspectiva de responsabilidad social para sensibilizar y contribuir al desarrollo de los estudiantes para su futuro desempeño en las comunidades y organizaciones en que éstos se inserten. Potenciar su capacidad en la creación, dirección y la gestión de empresas de producción y distribución de servicios, instituciones de investigación y estudios e instituciones públicas y privadas de planificación, diseño e implementación de estrategias y políticas, desarrollando una mayor vinculación con el medio académico, empresarial local e internacional en el rubro de la hospitalidad.

Artículo 2º.- La innovación del plan de estudio de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional se sustenta en los siguientes pilares: a) Visión de futuro, lo que permite incorporar a los futuros profesionales en un ambiente laboral más competitivo y dinámico, enmarcado en la transformación digital, innovación, sustentabilidad y habilidades blandas; b) Formar profesionales que logren crear, dirigir y gestionar empresas y servicios cumpliendo con altos estándares de excelencia y calidad; c) Incorporar nuevas metodologías de aprendizaje que permiten el desarrollo del pensamiento reflexivo y crítico, basado en la mejora continua.

Artículo 3º.- El objetivo de la carrera es formar un profesional Ingeniero (a) en Administración Hotelera Internacional con una sólida formación en la creación, gestión y dirección estratégica de empresas hoteleras, gastronómicas, y de la industria de la hospitalidad.

Por lo tanto, los objetivos educacionales de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional son: a) Formar profesionales con habilidades y competencias orientadas a la creación, gestión y operación de empresas hotelera, gastronómica y de la industria de la hospitalidad y a la calidad y excelencia del servicio; b) Preparar profesionales capaces de adaptarse a los cambios continuos del medio laboral, la economía y la sociedad; c) Estimular y potenciar el uso de nuevas tecnologías asociadas a las prestaciones de servicios turísticos; e) Fomentar en los estudiantes el aprendizaje del idioma inglés, aplicándolo para desenvolverse en el ámbito laboral y en la internacionalización de su carrera.

TITULO SEGUNDO

Perfil de Egreso y Campo Ocupacional

Artículo 4º.- El Ingeniero y la Ingeniera en Administración Hotelera Internacional de la Universidad Andrés Bello, desarrolla su actividad profesional sustentado en los valores institucionales de excelencia, integridad, respeto, responsabilidad y pluralismo. Su formación contempla el desarrollo de un conjunto de habilidades que les permite alcanzar los resultados de aprendizaje de formación general, como son: habilidades comunicativas, manejo básico del idioma inglés, pensamiento crítico, tecnologías de información y responsabilidad social.



A large, stylized handwritten signature in blue ink is located on the right side of the page.



Universidad
Andrés Bello®

La carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional forma profesionales especializados en el emprendimiento, gestión, administración y operación de empresas hoteleras, gastronómicas y de la industria de la hospitalidad, con las capacidades necesarias para resolver problemas, tomar decisiones y generar soluciones, en base a un razonamiento profesional y analítico, en un contexto de competencia global, sustentabilidad y desarrollo tecnológico e informático.

El Licenciado en Gestión de Empresas Hotelera de la Universidad Andrés Bello, está capacitado para utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos gestionando actividades y servicios de acuerdo a las exigencias de la industria de la hospitalidad, en función a estándares de calidad. Adicionalmente está preparado para analizar e investigar los factores estratégicos que impactan el entorno y la organización, para apoyar la toma de decisiones que respondan a los requerimientos del análisis interno y externo evaluando las opciones propuestas en base a criterios técnicos.

El Ingeniero en Administración Hotelera Internacional tiene la capacidad de crear emprendimientos y de realizar una gestión empresarial eficiente en base a la excelencia del servicio, adaptación al cambio y a la innovación, con una vocación al cumplimiento de estándares de calidad. Asimismo, es capaz de integrar y aplicar conocimientos sobre operación, administración y comercialización de los servicios propios de la industria hotelera gastronómica y de la hospitalidad, con conocimientos de inglés avanzado y tecnología de la información, capaz de establecer relaciones interpersonales, trabajo en equipo y liderazgo.

El Ingeniero en Administración Hotelera Internacional UNAB, dada su sólida formación, podrá desempeñarse en los siguientes ámbitos de acción:

Ámbito de Acción I: Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía

RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.

RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.

RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.

RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.

RA5: Diseñar estrategias y políticas para la organización y su estructura administrativa, elaborando programas, proyectos y planes de negocios para su implementación en la organización.



UNIVERSIDAD ACREDITADA
M
Comisión Nacional de Acreditación
Por 4 años hasta diciembre 2021

LCHE
MSA
Middle States Commission
on Higher Education
3624 Market Street
Philadelphia, PA 19104-2680
UNIVERSIDAD ACREDITADA 2015 - 2020



Formar Transformar³

Ámbito de Acción II: Gestión de los Recursos Organizacionales

RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.

RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.

RA3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.

Ámbito de Acción III: Educación General e Inglés

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.

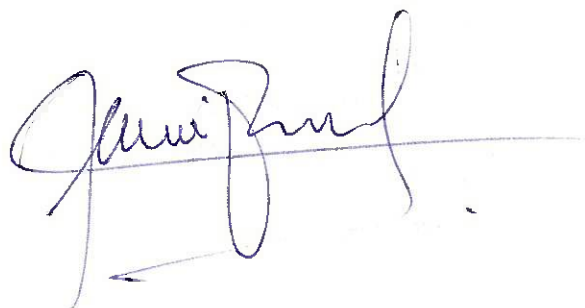
RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

RA4: Desarrollar habilidades comunicativas en el idioma inglés, para desenvolverse en situaciones cotidianas, laborales y académicas.

Artículo 5º.- Campo ocupacional de la carrera:

El Ingeniero (a) en Administración Hotelera Internacional de la Universidad Andrés Bello, podrá desempeñarse en la creación, gestión y operación de empresas de producción de servicios turísticos y de hospitalidad. El ámbito laboral, a nivel nacional e internacional, comprende empresas de alojamiento turístico, empresas gastronómicas, centrales de reservas virtuales, plataformas digitales, resorts, centros de eventos, cruceros, clínicas, spa, turismo enológico, entre otros.







TITULO TERCERO

Grado académico, título profesional, duración de la carrera, evaluación del rendimiento académico y secuencia de las asignaturas

Artículo 6º.- La condición de egresado y el Grado de Licenciado en Gestión de Empresas Hoteleras se obtiene una vez cursado y aprobado el plan de estudios de la carrera hasta el octavo semestre, con excepción de la asignatura Integrador III: Práctica Administrativa (CÓDIGO IAHN028). La calificación final del grado académico de Licenciado en Gestión de Empresas Hoteleras será calculada aplicando el siguiente criterio:

- El 80% corresponderá al promedio ponderado, según créditos UNAB, de todas las asignaturas de la malla curricular establecidas hasta el octavo semestre, excluyendo las asignaturas Integrador II: Seminario de Grado (CÓDIGO: IAHN027) e Integrador III: Práctica Administrativa (CÓDIGO IAHN028)
- El 20% corresponderá a la calificación obtenida en Integrador II: Seminario de Grado (CÓDIGO: IAHN027).

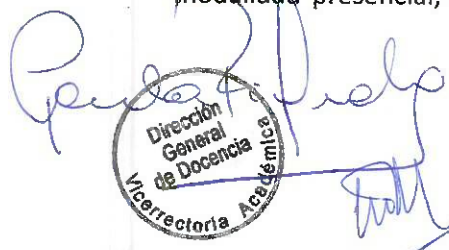
Artículo 7º.- Para la obtención del título profesional de Ingeniero en Administración Hotelera Internacional se requiere haber obtenido el grado de Licenciado, más la aprobación de la asignatura Integrador III: Práctica Administrativa (CÓDIGO IAHN028) la cual los estudiantes cursarán en los meses de Enero y Febrero inmediatamente después de obtener su grado de Licenciado. La calificación final para obtener el título profesional de Ingeniero en Administración Hotelera Internacional será calculada aplicando el siguiente criterio:

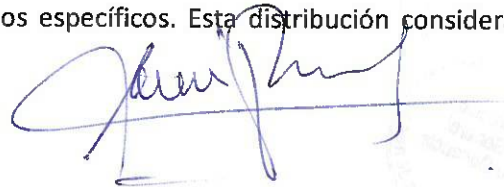
- El 95% corresponderá a la calificación del grado académico de Licenciado.
- El 5% corresponderá a la calificación de la asignatura Integrador III: Práctica Administrativa (CÓDIGO IAHN028).

Artículo 8º.- La duración del programa es de cuatro años (8 semestres) con asignaturas que se imparten en modalidad semestral.

Artículo 9º.- La evaluación del rendimiento académico de los estudiantes en todas las asignaturas y actividades curriculares del Plan de Estudios se expresará en una escala de notas estándar, desde uno coma cero (1,0) a siete coma cero (7,0), siendo la nota mínima de aprobación cuatro coma cero (4,0). Para todos los efectos de evaluación y promoción académica, las actividades académicas se registrarán por lo establecido en el Reglamento del Alumno de Pregrado de la Universidad.

Artículo 10º.- Las actividades curriculares de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional se encuentran distribuidas en secuencia por niveles y cursos, y se implementan en modalidad presencial, semi presencial y *online* en casos específicos. Esta distribución considera


Dirección General de Docencia
Vicerrectoría Académica



requisitos de cada una, las horas cronológicas y pedagógicas, con sus respectivos créditos y su distribución por tipo de actividades: teóricas, ayudantías, laboratorios, talleres, terrenos y clínicas cuando corresponda, además de las horas de trabajo autónomo del estudiante. Todas estas especificaciones se señalan en el Artículo 11º.

Artículo 11º.- Malla Curricular. Letra A, expresa la carga académica según el Sistema de Créditos Transferibles (horas cronológicas). Letra B, expresa la carga académica en créditos UNAB (horas pedagógicas). Para todas las asignaturas, la carga académica expresada en las letras A y B de este mismo artículo indica la dedicación de horas de estudio semanal que realiza el estudiante en su jornada de estudio presencial y autónoma. El resumen total de horas del plan de estudios está realizado en base a multiplicar las horas semanales por 18 semanas al semestre, tiempo que considera el total de horas de aprendizaje y su evaluación. Letra C, expresa situaciones especiales en la implementación del plan de estudios.

A. Créditos Transferibles (SCT)

Primer Semestre		HORAS DEDICACIÓN									REQUISITOS	
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	ASIG	CO-REQ
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL				
IAHN001	Empresas Hoteleras y Gastronómicas	6						6	7,5	8		
IAHN002	Principios de Turismo y Viajes	2,25						2,25	7,5	6		
FMMP006	Matemáticas	3						3	5,25	5		
IAHN003	Procesos Tecnológicos	1,5						1,5	5,25	4		
ING125	Inglés I	6						6	6	7		
Total Semestre		18,75	0	0	0	0	0	18,75	31,5	30		

Segundo Semestre		HORAS DEDICACIÓN									REQUISITOS	
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	ASIG	CO-REQ
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL				
IAHN004	Fundamentos de Gastronomía y Servicios	3			3			6	8,25	9	IAHN001	
IAHN005	Administración de Habitaciones	1,5				0,75		2,25	6,00	5	IAHN002	
FMSP016	Estadísticas	2,25						2,25	5,25	5	FMMP006	
IAHN006	Administración de Empresas	2,25						2,25	4,5	4	IAHN001	
ING135	Inglés II	6						6	6,00	7	ING125	
Total Semestre		15	0	0	3	0,75	0	18,75	30	30		



[Handwritten signature]



Universidad
Andrés Bello®

Tercer Semestre		HORAS DEDICACIÓN									REQUISITOS	
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	ASIG	CO-REQ
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL				
IAHN007	Técnicas Gastronómicas	1,5			2,25			3,75	7,5	7	IAHN004	
IAHN008	Gestión de Reservas y Recepción			3				3	4,5	5	IAHN005	
IAHN009	Contabilidad Hotelera	3						3	4,5	5	FMSP016	
IAHN010	Liderazgo y Trabajo en Equipos	1,5			1,5			3	7,5	6	IAHN006	
ING225	Inglés III	6						6	6	7	ING135	
Total Semestre		12	0	3	3,75	0	0	18,75	30	30		

Cuarto Semestre (Práctica Semestral)		HORAS DEDICACIÓN									REQUISITOS	
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	ASIG	CO-REQ
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL				
IAHN011	Integrador I: Practica Operativa					3		3	29,75	20	IAHN007 Y IAHN008 Y IAHN010	
CEGRS14	Responsabilidad Social				2,25			2,25	2,25	3		
ING235	English for Tourism and Hospitality I	6						6	6	7	ING225	
Total Semestre		6	0	0	0	0	0	11,25	38	30		

Quinto Semestre		HORAS DEDICACIÓN									REQUISITOS	
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	ASIG	CO-REQ
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL				
IAHN012	Economía	3						3	6,75	6	IAHN009	
IAHN013	Investigación e Inteligencia del Mercado Turístico	3						3	6,75	6	FMSP016	
IAHN014	Gestión y Finanzas Hoteleras	3,75						3,75	6,75	6	IAHN009	
IAHN015	Informática Aplicada al Turismo y Estadísticas Hoteleras	3						3	5,25	5	FMSP016	
ING325	English for Tourism and Hospitality II	6						6	6	7	ING235	
Total Semestre		18,75	0	0	0	0	0	18,75	31,5	30		



UNIVERSIDAD ACREDITADA
 D Gestión Institucional
 D Docencia de Pregrado
 D Investigación
 D Vinculación con el Medio
 Por 4 años hasta diciembre 2021

CHE Middle States Commission on Higher Education
MSA 3624 Market Street
 Philadelphia, PA 19104-2680
 UNIVERSIDAD ACREDITADA 2015 - 2020



Formar Transformar

Sexto Semestre		HORAS DEDICACIÓN										
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	REQUISITOS	
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL			ASIG	CO-REQ
IAHN016	Food and Beverage Management	3						3	7,5	6	IAHN004	
IAHN017	Marketing	3						3	7,5	6	IAHN013	
IAHN018	Revenue Management	3,75						3,75	6	6	IAHN015	
IAHN019	Human Resources in Hospitality	3						3	6	5	IAHN010	
ING335	English for Tourism and Hospitality III	6						6	6	7	ING325	
Total Semestre		18,75	0	0	0	0	0	18,75	33	30		

Séptimo Semestre		HORAS DEDICACIÓN										
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	REQUISITOS	
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL			ASIG	CO-REQ
IAHN020	Gestión de Congresos y Eventos	2,25			0,75			3	8,25	7	IAHN016	
IAHN021	Comercio Electrónico	3			1,5			4,5	8,25	8	IAHN017	
IAHN022	Emprendimiento y Evaluación de Proyectos	3,75			1,5			5,25	8,25	8	IAHN014	
ING425	English for Tourism and Hospitality IV	4,5						4,5	4,5	5	ING335	
CEGPC13	Pensamiento Crítico				1,5			1,5	2,25	2		
Total Semestre		13,5	0	0	3,75	0	0	18,75	31,5	30		

Octavo Semestre		HORAS DEDICACIÓN										
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	REQUISITOS	
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL			ASIG	CO-REQ
IAHN023	Gestión de Servicio al Cliente	3						3	4,5	5	IAHN020	
IAHN024	Transformación Digital y Modelos de Negocios	2,25			1,5			3,75	4,5	5	IAHN021	
IAHN025	Gestión de Ingresos y Ventas	3						3	3,75	4	IAHN018	
IAHN026	Taller de Marketing Turístico	3						3	3,75	4	IAHN021	
IAHN027	Integrador II: Seminario de Grado	3			2,25			5,25	8,25	8	IAHN011 Y IAHN013 Y IAHN022	IAHN026
Total Semestre		14,25	0	0	3,75	0	0	18,00	24,75	26		

EGRESA Y OBTIENE EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO EN GESTIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS





Universidad
Andrés Bello®

Octavo Semestre (Practica Verano)		HORAS DEDICACIÓN									REQUISITOS	
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	ASIG	CO-REQ
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL				
IAHN028	Integrador III: Práctica Administrativa					3		3	12	4(*)	IAHN027	
Total Semestre		0	0	0	0	3	0	3,0	12	4		

(*)El cálculo de las créditos de esta asignatura, se ha realizado en razón de 8 semanas, ya que es la cantidad de semanas las cuales los estudiantes realizan su práctica profesional.

OBTIENE EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA INTERNACIONAL

Resumen de Horas y Créditos SCT Totales del Plan de Estudios

	TEÓ.	AYUD.	LAB.	TALLER	TERR.	CLÍN.	TOTAL	PERS.	CREDITO SCT
LICENCIATURA	2.106	0	54	216	374	0	2.605	4.720,5	240
EGRESO Y TITULACIÓN	0	0	0	0	54	0	54	216	4
TOTAL CARRERA	2.106	0	54	216	734	0	2.659,5	4.936,5	244

B. Créditos UNAB

Primer Semestre		HORAS DEDICACIÓN									REQUISITOS	
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	ASIG	CO-REQ
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL				
IAHN001	Empresas Hoteleras y Gastronómicas	8	0	0	0	0	0	8	10	18		
IAHN002	Principios de Turismo y Viajes	3	0	0	0	0	0	3	10	13		
FMMP006	Matemáticas	4	0	0	0	0	0	4	7	11		
IAHN003	Procesos Tecnológicos	2	0	0	0	0	0	2	7	9		
ING125	Inglés I	8	0	0	0	0	0	8	8	16		
Total Semestre		25	0	0	0	0	0	25	42	67		

Paula Riquelme



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

UNIVERSIDAD ACREDITADA
 Comisión Nacional de Acreditación
 Por 4 años hasta diciembre 2021

LCHE
MSA
 Middle States Commission on Higher Education
 3624 Market Street
 Philadelphia, PA 19104-2680
 UNIVERSIDAD ACREDITADA 2015 - 2020



Formar Transformar

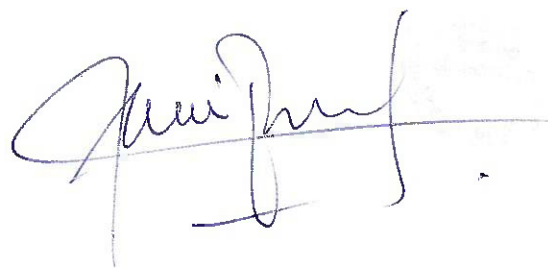
Segundo Semestre		HORAS DEDICACIÓN										REQUISITOS	
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	ASIG	CO-REQ	
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL					
IAHN004	Fundamentos de Gastronomía y Servicios	4	0	0	4	0	0	8	11	19	IAHN001		
IAHN005	Administración de Habitaciones	2	0	0	0	1	0	3	8	11	IAHN002		
FMSP016	Estadísticas	3	0	0	0	0	0	3	7	10	FMMP006		
IAHN006	Administración de Empresas	3	0	0	0	0	0	3	6	9	IAHN001		
ING135	Inglés II	8	0	0	0	0	0	8	8	16	ING125		
Total Semestre		20	0	0	4	1	0	25	40	65			

Tercer Semestre		HORAS DEDICACIÓN										REQUISITOS	
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	ASIG	CO-REQ	
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL					
IAHN007	Técnicas Gastronómicas	2	0	0	3	0	0	5	10	15	IAHN004		
IAHN008	Gestión de Reservas y Recepción	0	0	4	0	0	0	4	6	10	IAHN005		
IAHN009	Contabilidad Hotelera	4	0	0	0	0	0	4	6	10	FMSP016		
IAHN010	Liderazgo y Trabajo en Equipos	2	0	0	2	0	0	4	10	14	IAHN006		
ING225	Inglés III	8	0	0	0	0	0	8	8	16	ING135		
Total Semestre		16	0	4	5	0	0	25	40	65			

Cuarto Semestre (Práctica Semestral)		HORAS DEDICACIÓN										REQUISITOS	
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	ASIG	CO-REQ	
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL					
IAHN011	Integrador I: Practica Operativa	0	0	0	0	4	0	4	40	44	IAHN007 Y IAHN008 Y IAHN010		
CEGRS14	Responsabilidad Social	0	0	0	3	0	0	3	3	6			
ING235	English for Tourism and Hospitality I	8	0	0	0	0	0	8	8	16	ING225		
Total Semestre		8	0	0	3	4	0	15	51	66			



 Dirección General de Docencia
 Vicerrectoría Académica





Universidad
Andrés Bello®

Quinto Semestre		HORAS DEDICACIÓN									REQUISITOS	
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	ASIG	CO-REQ
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL				
IAHN012	Economía	4	0	0	0	0	0	4	9	13	IAHN009	
IAHN013	Investigación e Inteligencia del Mercado Turístico	4	0	0	0	0	0	4	9	13	FMSP016	
IAHN014	Gestión y Finanzas Hoteleras	5	0	0	0	0	0	5	9	14	IAHN009	
IAHN015	Informática Aplicada al Turismo y Estadísticas Hoteleras	4	0	0	0	0	0	4	7	11	FMSP016	
ING325	English for Tourism and Hospitality II	8	0	0	0	0	0	8	8	16	ING235	
Total Semestre		25	0	0	0	0	0	25	42	67		

Sexto Semestre		HORAS DEDICACIÓN									REQUISITOS	
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	ASIG	CO-REQ
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL				
IAHN016	Food and Beverage Management	4	0	0	0	0	0	4	10	14	IAHN004	
IAHN017	Marketing	4	0	0	0	0	0	4	10	14	IAHN013	
IAHN018	Revenue Management	5	0	0	0	0	0	5	8	13	IAHN015	
IAHN019	Human Resources in Hospitality	4	0	0	0	0	0	4	8	12	IAHN010	
ING335	English for Tourism and Hospitality III	8	0	0	0	0	0	8	8	16	ING325	
Total Semestre		25	0	0	0	0	0	25	44	69		

Séptimo Semestre		HORAS DEDICACIÓN									REQUISITOS	
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	ASIG	CO-REQ
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL				
IAHN020	Gestión de Congresos y Eventos	3	0	0	1	0	0	4	11	15	IAHN016	
IAHN021	Comercio Electrónico	4	0	0	2	0	0	6	11	17	IAHN017	
IAHN022	Emprendimiento y Evaluación de Proyectos	5	0	0	2	0	0	7	5	12	IAHN014	
ING425	English for Tourism and Hospitality IV	6	0	0	0	0	0	6	6	12	ING335	
CEGPC13	Pensamiento Crítico	0	0	0	2	0	0	2	3	5		
Total Semestre		18	0	0	7	0	0	25	36	61		

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

UNIVERSIDAD ACREDITADA
 D Gestión Institucional
 D Docencia de Pregrado
 D Investigación
 D Vinculación con el Medio
 Por 4 años hasta diciembre 2021

LCHE
 MSA
 Middle States Commission on Higher Education
 3624 Market Street
 Philadelphia, PA 19104-2680
 UNIVERSIDAD ACREDITADA 2015 - 2020



Formar Transformar

Octavo Semestre		HORAS DEDICACIÓN									REQUISITOS	
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	ASIG	CO-REQ
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL				
IAHN023	Gestión de Servicio al Cliente	4	0	0	0	0	0	4	6	10	IAHN020	
IAHN024	Transformación Digital y Modelos de Negocios	3	0	0	2	0	0	5	6	11	IAHN021	
IAHN025	Gestión de Ingresos y Ventas	4	0	0	0	0	0	4	11	15	IAHN018	
IAHN026	Taller de Marketing Turístico	4	0	0	0	0	0	4	5	9	IAHN021	
IAHN027	Integrador II: Seminario de Grado	4	0	0	3	0	0	7	11	18	IAHN011 Y IAHN013 Y IAHN022	
Total Semestre		19	0	0	5	0	0	24	39	63		

EGRESA Y OBTIENE EL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADO EN GESTIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS

Octavo Semestre (Practica Verano)		HORAS DEDICACIÓN									REQUISITOS	
CÓDIGO	NOMBRE	DIRECTAS							PERS	CRED	ASIG	CO-REQ
		TEÓ	AYUD	LAB	TALL	TERR	CLÍN	TOTAL				
IAHN028	Integrador III: Práctica Administrativa	0	0	0	0	4	0	4	16	20(*)	IAHN027	
Total Semestre		0	0	0	0	4	0	4	16	20		

(*)El cálculo de las créditos de esta asignatura, se ha realizado en razón de 8 semanas, ya que es la cantidad de semanas las cuales los estudiantes realizan su práctica profesional.

OBTIENE EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA INTERNACIONAL

Resumen de Horas y Créditos UNAB Totales del Plan de Estudios

	TEÓ.	AYUD.	LAB.	TALLER	TERR.	CLÍN.	TOTAL	PERS.	CRED. UNAB
LICENCIATURA	2.808	0	72	432	90	0	3.402	6.066	523
EGRESO Y TITULACIÓN	0	0	0	0	32	0	32	128	20
TOTAL CARRERA	2.808	0	72	432	122	0	3.434	6.134	543

C. Situaciones especiales en la implementación del plan de estudios

Para todas las asignaturas, la carga académica expresada en la planilla de las letras A y B de este mismo artículo indican la dedicación de horas de estudio semanal que realiza el estudiante, en su jornada de estudio presencial y autónoma. El resumen total de horas del plan de estudios está





realizado en base a multiplicar las horas semanales por 18 semanas al semestre; tiempo que consideran el total de actividades de aprendizaje y evaluación.

Constituyen una excepción a la regla anterior las asignaturas listadas en este numeral, cuyo cálculo de horas se realizó conforme se explica a continuación:

- La asignatura código IAHN028 Integrador III: Práctica Administrativa, con un total 360 horas cronológicas, distribuidas en 8 semanas, en razón de 45 horas cronológicas a la semana.

TÍTULO CUARTO Equivalencias entre Planes de Estudio

Artículo 12º.- Serán traspasados a este plan de estudios los estudiantes de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional ingresados bajo el D.U.Nº1607/2010 y modificaciones: 1784/2011, 1879/2011 y 2096/2013 que se encuentren activos al cierre del año académico 2018, exceptuando los alumnos en estatus de egreso 2018-20 quienes finalizan su plan de estudios en el D.U.Nº1607/2010 y modificaciones: 1784/2011, 1879/2011 y 2096/2013, en el mes de Febrero 2019 y sus notas finales se ingresan a sistema Banner en Marzo 2019.

Los estudiantes no activos que soliciten reincorporarse a la carrera, serán asimilados al plan de estudios vigente y presentarán su situación académica a revisión conforme lo establece la tabla de equivalencia respectiva.

La equivalencia entre las asignaturas cursadas por el estudiante hasta el año 2018 y las del presente plan de estudios son:

PLAN DE ESTUDIOS 2019		PLAN DE ESTUDIOS DUNº1607/2010 y Modificaciones 1784/2011, 1879/2011 y 2096/2013	
Código	Asignatura	Código	Asignatura
IAHN001	Empresas Hoteleras y Gastronómicas	IAH100 O IAH102 O IAH103	Introducción a la Hospitalidad Y Fundamentos de Hotelería Y Introducción Alimentos y Bebidas
IAHN002	Principios de Turismo y Viajes	IAH101	Principios de Turismo y Viajes
FMMP006	Matemáticas	FMM006 (*)	Matemáticas (*)
IAHN003	Procesos Tecnológicos	IAH155	Tecnología de la Información I
ING125	Inglés I	ING105	Inglés I
IAHN004	Fundamentos de Gastronomía	IAH150 O IAH151	Principios de Gastronomía (Cultura y Arte) Y Fundamentos de Servicio y Cocina
IAHN005	Administración de Habitaciones	IAH202	Administración de Habitaciones

[Handwritten signature]
 Dirección General de Docencia
 Vicerrectoría Académica

[Handwritten signature]

FMSP016	Estadística	FMM006	Matemáticas
IAHN006	Administración de Empresas	IAH153	Administración de Empresas
ING135	Ingles II	ING165	Ingles II
IAHN007	Técnicas Gastronómicas	IAH200	Técnicas Gastronómicas
IAHN008	Gestión de Reservas y Recepción	IAH152	Gestión de Reservas y Recepción
IAHN009	Contabilidad Hotelera	IAH203	Contabilidad Hotelera
IAHN010	Liderazgo y Trabajo en Equipos	IAH201	Liderazgo y Trabajo en Equipos
ING225	Ingles III	ING205	Ingles III
IAHN011	Integrado I: Práctica Operativa	IAH250	Práctica Profesional I
CEGCT14	Responsabilidad Social	CEG001	Electivo de Formación General I
ING235	English for Tourism and Hospitality I	ING265	Ingles IV
IAHN012	Economía	IAH301	Economía
IAHN013	Investigación e Inteligencia del Mercado Turístico	IAH303	Investigación de Mercado
IAHN014	Gestión y Finanzas Hotelera	IAH302	Fundamentos de Finanzas
IAHN015	Informática Aplicada al Turismo y Estadísticas Hoteleras	IAH305	Estadística Aplicada
ING325	English for Tourism and Hospitality II	ING305	Ingles V
IAHN016	Food and Beverage Management	IAH350	Food and Beverage Management
IAHN017	Marketing	IAH353	Marketing
IAHN018	Revenue Management	IAH352	Rooms Division Management
IAHN019	Human Resources in Hospitality	IAH351	Human Resources in Hospitality
ING335	English for Tourism and Hospitality III	ING365	Ingles VI
IAHN020	Gestión de Congresos y Eventos	IAH206	Gestión de Eventos y Servicios de Hospitalidad
IAHN021	Comercio Electrónico	IAH450	Juego Integral de Negocios
IAHN022	Emprendimiento y Evaluación de Proyectos	IAH452 O IAH401	Estrategia de Negocios y Emprendimiento Y Finanzas Hoteleras
ING425	English for Tourism and Hospitality IV	ING405	Ingles VII
CEGPC13	Pensamiento Crítico	CEG002	Electivo de Formación General II
IAHN023	Gestión de Servicio al Cliente	IAH451	Gestión de Servicio al Cliente
IAHN024	Transformación Digital y Modelos de Negocios.	IAH305 O IAH353	Estadística Aplicada O Marketing
IAHN025	Gestión de Ingresos y Ventas	IAH402	Gestión de Ingresos y Ventas
IAHN026	Taller de Marketing Turístico	IAH450	Juego Integral de Negocios
IAHN027	Integrador II: Seminario de Grado	IAH453	Seminario de Título
IAHN028	Integrador III: Práctica Administrativa	IAH405	Práctica Profesional II
	Sin Equivalencia	IAH304	Francés I

Paula Riche



DM

Juan Pineda



	Sin Equivalencia	IAH354	Francés II
	Sin Equivalencia	IAH404	Legislación Laboral y Tributaria
	Sin Equivalencia	IAH403	Francés III
	Sin Equivalencia	CEG003	Electivo de Formación General III

(*) Re uso

TÍTULO QUINTO Disposiciones Especiales

Artículo 13º A partir del año 2019, los estudiantes que ingresen a la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, lo harán al presente plan de estudios.

Artículo 14º Los alumnos de la carrera podrán cursar uno o más semestres académicos en una Institución de Educación Superior en el extranjero, con la cual la Universidad Andres Bello tenga convenio que permite optar a la doble titulación mediante convalidación de asignaturas y actividades profesionales.

Artículo 15º El Decano de la Facultad de Economía y Negocios estará facultado para resolver dificultades y situaciones particulares que puedan surgir de la aplicación del presente decreto.

TÍTULO SEXTO Programas de Estudio

Artículo 16º El plan de estudio se ha articulado de acuerdo a los distintos ámbitos de acción profesional declarados en el Perfil de Egreso de la carrera, considerando los resultados de aprendizaje que el estudiante debe alcanzar en su proceso formativo.

Artículo 17º Anualmente la Dirección de Escuela de Turismo y Hotelería realizará una revisión de los programas de estudio con el fin de mejorarlos o actualizarlos. El resultado de la evaluación y la propuesta de modificación (en caso que proceda) será enviada a la Dirección de Innovación Curricular para su evaluación, aprobación e incorporación al decreto universitario vigente, previo cumplimiento de las instancias de aprobación que procedan.

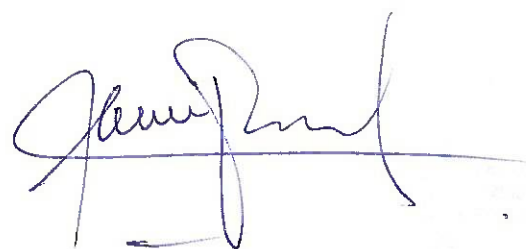
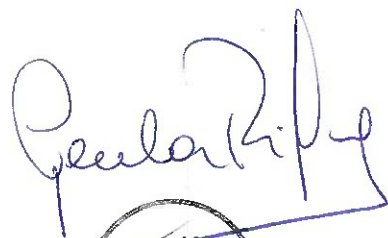
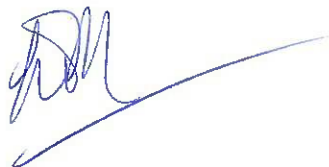
[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

Artículo 28º A continuación, se presentan los descriptores de cada una de las asignaturas que componen el plan de estudios de la carrera. Para consultar los programas de estudio en detalle ver: Anexo Programas de Estudio.





DESCRIPTORES PROGRAMAS DE ASIGNATURA

I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional.		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelaría, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Empresas Hoteleras y Gastronómicas		
Código: IAHN001		
Periodo: Primer Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	6	7,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	13,5	
Créditos	8	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Empresas Hoteleras y Gastronómicas tributa al ámbito I del Perfil de Egreso "Ámbito I: "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelaría y Gastronomía" específicamente en el Resultado de Aprendizaje (R.A):</p> <p>R.A.1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito de Educación General e Inglés, a través del siguiente Resultado de Aprendizaje:</p> <p>R.A.1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>Esta asignatura se dicta en el primer semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico/practico y permite a los alumnos obtener los conocimientos y las habilidades necesarias para conocer las principales características y legislación vigente en el sector turístico nacional e internacional, contemplando dentro del programa la incorporación de competencias necesarias para el desarrollo de las actividades de supervisión en el área de alimentos y bebidas de un hotel o de una empresa gastronómica contemplando asegurar la satisfacción del cliente a través de un trabajo consecuente, de acuerdo a los estándares de calidad</p>		

Georgina K...
 Dirección General de Docencia
 Vicerrectoría Académica

Guilherme

que exige una empresa de servicios hoteleros, , utilizando adecuadamente el lenguaje oral y escrito de acuerdo a los estándares de calidad que exige una empresa de servicios hoteleros.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer el concepto de hospitalidad, contemplando la importancia de expresar de manera oral y escrita, con solidez argumentativa ideas o posturas relativas al proceso de atención al cliente los procesos hoteleros y del turismo.</p>	<p>UNIDAD I: HOTELERÍA Y HOSPITALIDAD Organización y estructura de una presentación oral - Argumentativa. El concepto de Hospitalidad y su efecto en las personas. Conceptos relacionados con la hospitalidad, calidad y excelencia en el servicio. Manejo del raciocinio y la velocidad de pensamiento. Recursos para una buena comunicación oral., que la disertación sea fluida, interesante y capte la atención del auditorio. Estructura básica de la argumentación. Estructura del modelo A.R.E. (Afirmaciones+ Razones+ Evidencias). Ideas y pensamientos recomendados por los maestros de la calidad (W. Deming, J. Juran, K. Ichikawa, entre otros) para poder transformarse en personas de excelencia y lograr un alto desempeño trabajando en equipo. La calidad en los hoteles La calidad en el siglo XXI Las expectativas y la percepción de la calidad por parte de los clientes. Técnicas y herramientas para la gestión de calidad. Hoja de Inspección y recolección de datos. Diagrama de Pareto Matriz de valoraciones Matriz de criterio Diagrama de Flujo Técnicas para la resolución de problemas. Método para la mejora de procesos Normas ISO</p>
<p>2.- Describir la normativa vigente en los distintos tipos de Alojamiento Turístico vigentes en la</p>	<p>UNIDAD II: EL ALOJAMIENTO TURÍSTICO Factores de la comunicación oral como el</p>

Genela R. P. J.



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



actualidad, exponiendo un tema con propiedad lingüística y comunicativa, haciendo uso de tics.

discurso corporal, y otros componentes paralingüísticos.

Técnicas básicas de Tics.

Temas a exponer de acuerdo a la normativa vigente:

Albergues o Refugios

Bed & Breakfast

Apart Hoteles

Camping

Centro de Naturaleza

Centros de Esquí

Resort

Departamentos Turísticos

Haciendas o Estancias

Hospedaje Rural

Hostales y Residenciales

Hosterías

Cabañas y Moteles

Hotel Boutique

Termas

3.- Relacionar las áreas, funciones, actividades y servicios desarrollados en una empresa gastronómica.

UNIDAD III: EL ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Historia de la gastronomía y del arte de la mesa.

Conceptos gastronómicos vigentes en Chile y tipos de cocina: Casera o popular, clásica, La Nouvelle cuisine, Étnica, de fusión, molecular, de autor, de vanguardia.

Organigrama de una empresa del rubro gastronómico.

Funciones de cada área del restaurante.

Descripción de cargos, funciones generales y específicas.

Áreas de un restaurante: Cocina, Bar, Comedor, Office, Steward, Bodega, áreas anexas.

Flujo Internos: de los clientes, de insumos, del servicio, del personal, de producción y de los desperdicios.

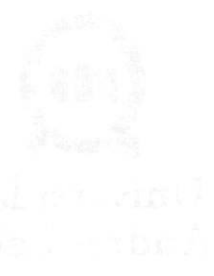
Documentos utilizados: La comanda dirigida a cocina, hacia el bar y a la caja, hoja de pedido a bodega, detalle de consumos (Cuenta),

inventario de materiales y productos, lay out del

Paula F. Felp
DM




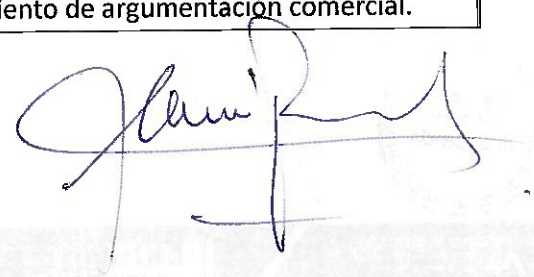
Juan P.



<p>4.- Utilizar técnicas de comunicación y venta de servicios, comprendiendo la forma de solucionar problemáticas presentadas por un cliente, de forma asertiva y respetando los estándares de calidad de la empresa.</p>	<p>salón. Uso y comprensión de documentos utilizados en el comedor de un restaurante. Los diferentes soportes de venta: Carta de alimentos, Carta de vinos, carta de bar, carta de postres, dípticos, trípticos. Actividades relativas al área de caja: Cuadratura, cierre y entrega de caja, desglose de los ingresos. Registro de las ventas detalladas por cada mesa Formas de pago (tarjetas de crédito y de débito, efectivo, cheque bancario, cheque convenio, otros) Diferentes tipos de servicio a la mesa y sus características. Montaje de una mesa y mise en place. Materiales: cristalería, vajilla, cubertería y mantelería. Servicio de desayunos (laboratorio) Servicio de vinos (Laboratorio)</p> <p>UNIDAD IV: INTRODUCCIÓN A LA VENTA Y A LA CALIDAD DE SERVICIO APLICADA. Funciones de la comunicación no verbal en la intervención humana. La importancia de la palabra en relación a la identidad del ser. Pensar antes de hablar. Somos lo que hablamos y cómo hablamos. Recepción de clientes y acogida. Actitud de servicio. Protocolo para restaurantes. Los diferentes tipos de venta: Por búsqueda, de mostrador, sugestivas. Técnicas de ventas utilizadas en alimentos y bebidas. Utilización de un vocabulario técnico y entrenamiento de argumentación comercial verbal. Utilización de un vocabulario técnico y entrenamiento de argumentación comercial.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Genela R. Felpo

[Handwritten signature]




<p>5.- Redactar textos de forma coherente y clara, usando las normas lingüísticas y sintácticas, gramaticales y ortográficas del idioma.</p>	<p>Tratamiento de objeciones al momento de la venta, objeciones verdaderas y falsas. Los diferentes tipos de clientes Iniciación a las técnicas de venta: Acercamiento, acción de venta, cierre de la venta, desarrollo de un proceso de venta simple. Identifica un cliente conflictivo. Describe el Método LEARN (5 pasos) Reacción ante imprevistos y accidentes.</p> <p>UNIDAD V: PRODUCCIÓN DE TEXTOS A TRAVÉS DE LA INVESTIGACIÓN DEL DESARROLLO HOTELERO GLOBAL</p> <p>Los objetivos de la comunicación, y los lectores a los que va dirigido. Conocimientos básicos de la comunicación lingüística. Autocorrección sintáctica, ortográfica y gramatical. Textos a redactar de acuerdo a la normativa vigente: Albergues o Refugios, Bed & Breakfast, Apart Hotel, Camping, Centro de Naturaleza, Centros de Esquí, Resort, Departamentos Turísticos, Haciendas o Estancias, Hospedaje Rural, Hostales y Residenciales, Hosterías, Cabañas y Moteles, Hotel Boutique, Termas.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Paula Riquelme



AM

[Signature]

I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Principios de Turismo y Viajes		
Código: IAHN002		
Periodo: Primer Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	2,25	7,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	9,75	
Créditos	6	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Principios de Viajes y Turismo corresponde a una asignatura del primer semestre, la cual tributa al "Ámbito I Análisis del entorno y de la organización" del perfil de egreso y en el desarrollo del Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.</p> <p>RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.</p> <p>Este curso se dicta en el primer semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, permite a los alumnos obtener conocimientos, para identificar los conceptos fundamentales de la industria de Viajes y de la Hospitalidad.</p>		

General



[Signature]

[Signature]




IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer las principales definiciones y conceptos que forman el marco teórico de la industria de los viajes y la hospitalidad</p> <p>2.- Explicar las principales regiones y Áreas receptoras de Turismo en Chile y el Mundo.</p> <p>3.-Relacionar los Recursos Turísticos que forman parte del Producto Turístico.</p> <p>4.- Explicar los efectos de la actividad turística sobre el Medio Ambiente.</p>	<p>1. UNIDAD I: DEFINICIONES Y CONCEPTOS</p> <p>I.- Introducción al turismo</p> <ul style="list-style-type: none">- Concepto y definiciones- Efectos del Turismo: Económicos, Políticos, Sociales y Culturales- Formas de Turismo- Internet y el Turismo.- Unidades Básicas del Turismo Internacional- Factores del desarrollo del turismo Actual- Corrientes y Núcleos Turísticos- El fenómeno del turismo más allá del concepto vacacional- Los agentes turísticos. <p>2. UNIDAD II: REGIONES TURISTICAS de Chile y el Mundo</p> <ul style="list-style-type: none">- Zona Norte Grande y Norte Chico- Zona Central y Sur- Zona Austral- Europa- América- Asia, África y Oceanía <p>3. UNIDAD III: Los recursos turísticos</p> <ul style="list-style-type: none">- Atractivos Turísticos Naturales y Culturales- El Equipamiento Turístico- La infraestructura de Apoyo al sector <p>4. UNIDAD IV: SUSTENTABILIDAD EN EL TURISMO</p> <ul style="list-style-type: none">- Concepto Sustentabilidad.- Principales Problemas.- Políticas de sustentabilidad.

[Handwritten signature]

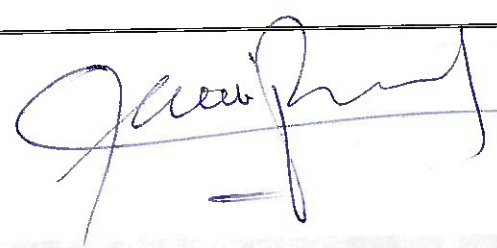
Dirección General de Docencia
Vicerrectoría Académica

[Handwritten signature]

I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Departamento de Matemáticas.		
Nombre: Matemáticas		
Código: FMMP006		
Periodo: 1 ^{er} Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Ciencias, Matemáticas y Estadísticas (46)		
Requisito para cursar: FMSP016 Estadísticas	Requisitos previos: No tiene	Co - Requisitos: No tiene
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal		8
Créditos		5
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Ámbito II: Ámbito I: Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía, específicamente en el resultado de aprendizaje: RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>Por otra parte, contribuye al tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través del siguiente Resultado de Aprendizaje: RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.</p> <p>Esta asignatura tributa de manera transversal al desarrollo del perfil de egreso de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional; es de carácter teórico que refuerza y nivela contenidos básicos, al finalizarlo el estudiante será capaz de enfrentar los cursos de matemáticas de nivel superior. Además, proporciona los conocimientos básicos del cálculo en una variable, funciones y derivadas, y algunas de sus aplicaciones en la solución de problemas en el contexto de la economía y administración, que permita la construcción de un conocimiento matemático sólido en los estudiantes como base necesaria en la aplicación modelos, solución de situaciones y conceptos propios de la especialidad.</p>		


 Dirección General de Docencia
 Vicerrectoría Académica







IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Analizar contenidos del algebra elemental.</p> <p>2.- Reconocer los conceptos, la notación y el análisis de las posibles soluciones a problemas desde el punto de vista de la lógica y conjuntos.</p> <p>3.- Resolver problemas atinentes al área de los negocios, economía y administración utilizando funciones.</p> <p>4.- Aplicar el cálculo y teoremas de derivadas en el área de la economía y los negocios.</p>	<p>UNIDAD I: ÁLGEBRA ELEMENTAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - Operatoria en \mathbb{Z} y \mathbb{Q}. - Manejo de expresiones algebraicas. - Productos Notables y Factorización. - Razones y proporciones y porcentajes. - Potencias, Raíces y Logaritmos. - Ecuaciones de Primer y Segundo Grado. - Sistemas de ecuaciones lineales - Problemas con enunciados verbales <p>UNIDAD II. LÓGICA Y CONJUNTOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proposiciones y conectivos. - Cuantificadores. - Concepto de conjuntos y operaciones - Álgebra de conjuntos. - Cardinalidad y problemas de encuesta. <p>UNIDAD III. FUNCIONES.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dominio y recorrido de una función. - Funciones Reales y representación gráfica. - Composición de funciones. - Elementos de una función. Ceros de una función, Monotonía de una función. - Modelo Lineal, Modelo Cuadrático, Modelo Exponencial, Modelo Logaritmo. - Aplicaciones de funciones a la economía y los negocios. <p>UNIDADES IV: DERIVADA DE UNA FUNCIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Definición de función derivada. - Interpretación geométrica de la función derivada. - Reglas de derivación. - Máximos y mínimos.

Penela R. Puello



[Signature]

[Signature]

I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Procesos Tecnológicos		
Código: IAHN003		
Periodo: Primer Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	1,5	5,25
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	6,75	
Créditos	4	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa directamente al Perfil de Egreso, en el Ámbito de Acción I: Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía, en el desarrollo del Resultado de aprendizaje:</p> <p>R.A.1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función de las exigencias de la industria de la hospitalidad.</p> <p>Por otra parte, contribuye al tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través del siguiente Resultado de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.</p> <p>Esta asignatura de Procesos Tecnológicos se dicta en el primer semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, usando herramientas tecnológicas para la gestión</p>		

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]





hotelera. Al termino de este curso el alumno será capaz de reconocer y aplicar las tecnologías de la información necesarias para el manejo de la gestión en el ámbito de la hotelería y el turismo.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer la utilidad de las aplicaciones para el apoyo en la administración Hotelera.</p> <p>2.- Describir los diferentes usos de las aplicaciones en el manejo de la gestión de Hotelería y Turismo.</p> <p>3.- Ejecutar las diferentes funciones de las tecnologías de información, considerando el tipo de gestión a realizar de acuerdo al evento.</p>	<p>UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LAS APLICACIONES DE INFORMACIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características de las diferentes aplicaciones existentes en el mercado de la Hotelería y Turismo. • Clasificación de las aplicaciones y uso en la administración Hotelera. • Conocimiento de las aplicaciones informáticas más usadas en el mercado Hotelero. <p>UNIDAD II: LA IMPORTANCIA DEL USO DE LAS TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN EN LA GESTIÓN HOTELERA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Característica de una aplicación de acuerdo al evento. • Uso de funciones de las aplicaciones en apoyo a la gestión hotelera. • Funciones generales y funciones específicas de cada aplicación. <p>UNIDAD III: DIFERENTES FUNCIONES DEL MANEJO DE LA GESTIÓN HOTELERA Y TURISMO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de las funciones de cálculo de material necesario según tipo de evento. • Control de proveedores y de cotizaciones. • Manejo de listados de precios y negociación con los proveedores. • Manejo de funciones en el control de inventarios. • Manejo de cuadros estadísticos en la administración hotelera. • Graficar la información relevante de la gestión hotelera. • Utilizar tablas de tabulación datos para el control de la gestión hotelera. • Programar una carta Gantt de las actividades a realizar en los diferentes procesos de la gestión de Hotelería y Turismo.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Turismo y Hotelería		
Unidad responsable: Departamento de Inglés		
Nombre: Inglés I		
Código: ING125		
Periodo: Primer Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: HUMANIDADES Y ARTES: Lenguas y Culturas Extranjeras e Interpretación y Traducción		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
ING135 Inglés II		
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	6	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	12	
Créditos	7	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Perfil de Egreso de la Carrera en el ámbito III: Educación General e Inglés específicamente en el siguiente resultado de aprendizaje: R.A.4: Desarrollar habilidades comunicativas en el idioma inglés, para desenvolverse en situaciones cotidianas, laborales y académicas.</p> <p>Además, tributa al ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, del perfil de egreso, específicamente en su resultado de aprendizaje: R.A.3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.</p> <p>Curso de carácter introductorio, que sienta las bases para la adquisición de las competencias lingüísticas del nivel A1 del Marco Común Europeo de las Lenguas. Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de comunicarse efectiva y naturalmente, en forma oral y escrita, en ámbitos de la vida diaria, desde el contexto personal hasta los entornos más cercanos, refiriéndose al presente y al pasado reciente, usando una escritura, pronunciación y entonación adecuadas.</p>		

Genara R. P.



[Signature]

[Signature]



IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
1. Utilizar vocabulario y estructuras apropiadas para la entrega de información personal en forma oral y escrita.	1. UNIDAD I: "I AM..." - Vocabulario sobre información personal. - Presente simple verbo ser o estar.
2. Utilizar vocabulario y estructuras apropiadas en la descripción de personas y lugares en forma oral y escrita.	2. UNIDAD II: "GREAT PEOPLE" - Presente simple verbo ser o estar oraciones afirmativas. - Adjetivos descriptivos.
3. Utilizar vocabulario y estructuras apropiadas para expresar posesión en forma oral y escrita.	3. UNIDAD III: "COME IN" - Adjetivos posesivos. - Presente simple verbo ser o estar oraciones interrogativas.
4. Expresar ideas y opiniones sobre tecnología en forma oral y escrita.	4. UNIDAD IV: "I LOVE IT" - Presente simple en oraciones afirmativas. - Vocabulario referido a tecnología.
5. Utilizar vocabulario y estructuras para describir actividades diarias y rutina en forma oral y escrita.	5. UNIDAD V: "MONDAYS AND FUN DAYS" - Presente simple en oraciones interrogativas. - Vocabulario referido a actividades diarias.
6. Describir lugares en la ciudad en forma oral y escrita.	6. UNIDAD VI: "ZOOM IN, ZOOM OUT" - Sustantivos contables y no contables. - Vocabulario referido a lugares y ciudades.
7. Expresar ideas y opiniones sobre transporte y ciudades en forma oral y escrita.	7. UNIDAD VII: "NOW IS GOOD" - Presente progresivo oraciones afirmativas e interrogativas. - Vocabulario referido a transporte.
8. Comunicar información relacionada con habilidades y al ambiente laboral en forma oral y escrita.	8. UNIDAD VIII: "YOU ARE GOOD" - Verbo especial CAN para describir habilidades. - Vocabulario referido al trabajo.
9. Expresar opiniones relacionadas a viajes y destinos turísticos en forma oral y escrita.	9. UNIDAD IX: "PLACES TO GO" - Verbos especiales para indicar necesidad, obligación. - Vocabulario referido a viajes.
10. Utilizar estructuras y vocabulario referido a al clima y planes futuros en forma oral y	10. UNIDAD X: "GET READY" - Expresiones de planes futuros.

[Handwritten signature]
 Dirección General de Docencia
 Vicerrectoría Académica

[Handwritten signature]



<p>escrita.</p> <p>11. Describir lugares utilizando expresiones y vocabulario apropiado en forma oral y escrita.</p> <p>12. Expresar ideas y opiniones sobre comidas en forma oral y escrita.</p>	<p>- Vocabulario referido a clima.</p> <p>11. UNIDAD XI: "COLORFUL MEMORIES"</p> <p>- Pasado simple verbo ser o estar</p> <p>- Vocabulario referido a descripción de lugares.</p> <p>12. UNIDAD XII: "STOP, EAT, GO"</p> <p>- Pasado simple verbos regulares e irregulares.</p> <p>- Vocabulario referido a comidas.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

DM

Penalafu



Quijón



I.- IDENTIFICACIÓN

Carrera: Ingeniería Administración Hotelera.

Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios

Nombre: Fundamentos de Gastronomía y Servicios

Código: IAHN004

Periodo: Segundo semestre

Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales

Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN007 Técnicas Gastronómicas IAHN016 Food and Beverage Management	IAHN001 Empresas Hoteleras y Gastronómicas	

II.- CARGA ACADÉMICA

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	8,25
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	3	
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	14,25	
Créditos	9	

III.- DESCRIPCIÓN

Esta asignatura tributa Ámbito de Acción I del perfil de egreso: "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía" específicamente en los resultados de aprendizaje:

RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.

RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.

A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.



Esta asignatura se dicta en el segundo semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico / práctico y permite a los alumnos obtener conocimientos, habilidades y destrezas técnicas necesarias para organizar y aplicar diferentes tipos de trabajos operativos que involucren técnicas avanzadas de venta, técnicas de servicio de alimentos y bebidas en un restaurante, además de todo lo referente al área gastronómica, conceptos generales, organigramas, funciones de servicio y cocina y de cada uno de los entes interventores, procesos, Check list de actividades, tanto individuales, como personales y también todo lo referente a la entrega del taller con condiciones de higiene de alto nivel.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer la organización de una cocina y pastelería clásica, cargos del personal, funciones específicas de cada una de las áreas y sus cuartos y todas las exigencias necesarias para el buen desarrollo de una producción gastronómica.</p> <p>2.- Manipular los diferentes equipos, utensilios e implementos gastronómicos, optimizando el rendimiento y uso de estos, respetando las técnicas y las normas de seguridad vigentes en el ámbito de la alimentación.</p>	<p>UNIDAD I: ESTÁNDARES DE LA PRODUCCIÓN GASTRONÓMICA Y CONOCIMIENTO DE PRODUCTOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al comportamiento en talleres de cocina y de pastelería (actitud profesional). • Fundamentos del uso del uniforme y utensilios de cocina (personales). • Organización de la brigada de cocina • Presentación personal y actitud profesional. • Aplicación normas vigentes de manipulación de alimentos. • Manipulación de alimentos. • Etapa de mise en place, pre elaboración de técnicas culinarias. • Métodos de cortes y cocción aplicados a preparaciones gastronómicas de alta, mediana y baja complejidad. • El vocabulario técnico de cocina y pastelería. • Clasificación de productos e insumos por naturaleza. • Temperaturas de riesgo y mantención de la cadena de frío según tipo de producto. • Conservación de los alimentos en una cocina. <p>UNIDAD II: UTILIZA EQUIPOS GASTRONÓMICOS E INFRAESTRUCTURA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clasificación del equipamiento y utensilios básicos de una cocina clásica, de una cocina institucional y de una pastelería. • Plano de una cocina y pastelería las dependencias de los cuartos de producción y flujos de producción. • Cuartos o áreas dentro de una cocina. • Infraestructura de una cocina considerando los flujos de producción y los estándares

General



mm

[Signature]



3.- Relacionar cada materia prima con la utilización de la ficha técnica o receta planteada como preparación gastronómica, analizando la presentación final del producto desde el punto de vista del cliente de una empresa gastronómica de alto nivel.

4.- Reconocer el proceso de planificación de la oferta gastronómica de un restaurante, diseñando menú y cartas para diferentes tipos de establecimientos gastronómicos, respetando las argumentaciones comerciales y ortografía de menú para cada tipo de preparación.

5.- Utilizar técnicas de servicio de comedores frente a comensales, considerando el protocolo de servicio y la buena comunicación con la cocina y el bar durante el desarrollo del servicio.

- relacionados con el equipamiento.
- Uso de equipos gastronómicos, demostración por parte del docente.
- Uso de cuchillos, tipos de cortes aplicables a cada tipo de productos.

UNIDAD III: ANALIZA UN CORRECTO USO DE UN DOCUMENTO TÉCNICO PARA EL DESARROLLO DE UNA CORRECTA PRODUCCIÓN GASTRONÓMICA.

- Distinguir productos e insumos utilizados tanto en cocina como en pastelería, analizando dichos recursos y optimizando su mejor productividad por medio del uso de una ficha técnica.
- Nombre técnico y gramática gastronómica.
- Nombres comerciales.
- T°, técnicas a utilizar, descripciones, gramajes, desarrollo de la producción, puntos críticos, etc.

UNIDAD IV: PLANIFICA CARTA MENÚ DE UN ESTABLECIMIENTO GASTRONÓMICO.

- Etapas de elaboración de un documento utilizando como soporte de ventas (Carta Menú).
- Argumentación comercial escrita y redacción de menú.
- Diseño de una carta menú.
- Fichas técnicas de bar y cocina.
- Fijación de precios para cada tipo de producto a vender en una empresa gastronómica.
- Trabajo de confección de una carta menú.
- Aplicación de ingeniería de menú a la carta de un restaurante.

UNIDAD V: APLICA TÉCNICAS DE SERVICIO INTERNACIONAL.

- Desarrollo de actividades de montaje de mesas y mise en place en diferentes prestaciones.
- Acogida y recepción del cliente.
- Venta y toma de pedido al cliente.
- Redacción de la comanda y correcta distribución de productos a la mesa del cliente.
- Aplicación de diferentes tipos de servicios

Peña Bello
 Dirección General de Docencia
 Vicerrectoría Académica

[Signature]

	<p>hacia la mesa del cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de técnicas en recetas de bar. • Servicio de vinos frente al cliente. • Servicio de bebidas calientes según normas y estándares internacionales. • Post servicio, inventarios y check list de entrega del taller de servicio.
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional.		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Administración de Habitaciones		
Código: IAHN005		
Periodo: Segundo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar: IAHN008 Gestión de Reservas y Recepción	Requisitos previos: IAHN002 Principios de Turismo y Viajes	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	1,5	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno	0,75	
Clínico		
Total horas dedicación semanal	8,25	
Créditos	5	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa Ámbito de Acción I del perfil de egreso: "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía" específicamente en los resultados de aprendizaje:</p> <p>RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.</p> <p>RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.</p> <p>A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p>		

Peulaf-hely



DM

Javier P



La asignatura está orientada a entregar al alumno al momento de finalizar el curso la incorporación de conceptos y herramientas que permitan al futuro profesional reconocer las diferentes actividades y responsabilidades en los departamentos de Front Desk, Housekeeping, Administración, Mantención y Seguridad de un Hotel.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Explicar el vocabulario técnico y procedimientos utilizados y áreas de los alojamientos turísticos en todas sus categorías.</p> <p>2.- Explicar el vocabulario técnico y procedimientos utilizados en los distintos departamentos y áreas de los alojamientos turísticos en todas sus categorías.</p> <p>3.- Ejemplificar la operación de los departamentos de Front Office y Ama de Llaves de un Hotel cinco estrellas.</p>	<p>UNIDAD I: Introducción a la operación de alojamientos turísticos y operación del front office.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceptos técnicos ocupados en la Hotelería.(Front Office) • Objetivos de toda empresa de Alojamiento turístico y la forma de asegurar la calidad en las prestaciones de los servicios que ofrece. • Responsabilidades, horarios y actividades diarias realizadas por las áreas de Reservas, Recepción, Conserjería y Telefonía. • Importancia de la relación departamental de reservas con los sectores administrativos y operativos del Hotel. <p>UNIDAD II: Organización y operación del departamento de ama de llaves.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer los conceptos técnicos ocupados en la Hotelería. (Ama de Llaves). • Identificar las responsabilidades, horarios y actividades diarias realizadas por las áreas pisos, cuarto de blancos, lavandería, áreas públicas y lencería. • Comprender la importancia de la relación departamental de ama de llaves con reservas, recepción, seguridad, mantención del Hotel. <p>UNIDAD III: Recursos humanos en un Hotel.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de personal que trabajan en el departamento (Contrato Indefinido, Part-Time y Practicantes) • Horarios y Turnos de trabajo

[Handwritten signature]
Dirección General de Docencia
Vicerrectoría Académica

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

4.- Investigar los procedimientos operativos, condiciones y requisitos para la gestión de Reservas, Recepción, Habitaciones y los procedimientos correspondientes.

- Distribución del personal
- Remuneraciones e Incentivos
- Capacitación del Personal
- Procedimientos importantes o específicos.(Al menos dos)
- Requisitos de Postulación al departamento
- Tiempo promedio de rotación del personal
- Procedimiento ante el reclamo de un Huésped. Cuál o Cuáles?
- Organigrama del departamento

UNIDAD IV: Procedimientos utilizados en la gestión de reservas de un Hotel.

- Visitar a un Hotel de Santiago
- Fotografía del Grupo en la fachada del Hotel.
- Nombre y ubicación.
- Categoría o Clasificación (Cadena a la que pertenece)
- Características del Hotel (Diseño)
- Cantidad, tipos, características y valor de las habitaciones.
- Cantidad, tipo y valor de los Salones
- Servicios incluidos en la tarifa y condiciones de uso.
- Servicios adicionales, valores y condiciones de uso.
- Información de horarios de los servicios del hotel.
- Realizar una reserva tentativa para la segunda quincena de diciembre.
- Documento emitido por el departamento de reservas con las condiciones de la RVA.
- Cotización y características del Day Use y Early Check In.
- Condiciones de Check in y Check out

Penalillo



DM

Penalillo



	<ul style="list-style-type: none"> • Visita a las habitaciones y dependencias del hotel.
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------

I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Departamento de Matemáticas.		
Nombre: Estadísticas		
Código: FMSP016		
Periodo: 2 ^{do} Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Ciencias, Matemáticas y Estadísticas (46)		
Requisito para cursar:	Requisitos previos: FMMP006 Matemáticas	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	2,25	5,25
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	7,5	
Créditos	5	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Ámbito II: Ámbito I: Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía, específicamente en el resultado de aprendizaje:</p> <p>RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>Por otra parte, contribuye al tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través del siguiente Resultado de Aprendizaje:</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.</p> <p>Curso orientado a proveer al estudiante conocimientos de estadística descriptiva y sus aplicaciones,</p>		

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

con el fin de proporcionar elementos para la recopilación y análisis de información obtenidos de una población o muestra objetivo, con el fin de establecer el comportamiento del grupo objetivo.
 La estadística es una disciplina que apoya el proceso de toma de decisiones en diversas áreas del conocimiento utilizando para esto herramientas de inferencia estadística, por lo cual este curso está enfocado a establecer los conceptos básicos de Estadística Descriptiva.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
1.- Interpretar resultados dependiendo de la naturaleza de la información recolectada aplicadas al área del turismo y la hotelería.	UNIDAD I: Estadística Descriptiva <ul style="list-style-type: none"> - Método científico y estadístico - Clasificación de Variables; según nivel de medición, tamaño del recorrido y orientación descriptiva - Tablas y gráficos: tabulaciones unidimensionales y bidimensionales. Gráficos de barras, histograma, polígono de frecuencia y diagrama de dispersión - Medidas de tendencia central, posición y variación: Media aritmética, mediana, moda, condiciones para preferir una u otra medida de tendencia central. Percentiles: Recorrido, recorrido intercuartílico, varianza, coeficiente de variación - Medidas de asociación: covarianza y coeficiente de correlación - Regresión lineal simple.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
 Dirección General de Docencia
 Vicerrectoría Académica

[Handwritten signature]



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Administración de Empresas		
Código: IAHN006		
Periodo: Segundo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN006 Liderazgo y Trabajo en Equipo	IAHN001 Empresas Hoteleras y Gastronómicas	
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	2,25	4,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	6,75	
Créditos	4	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa Ámbito de Acción I del perfil de egreso: "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía" específicamente en los resultados de aprendizaje:</p> <p>RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.</p> <p>RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.</p> <p>A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.</p>		

[Handwritten signature]

Dircción General de Docencia
Vicerrectoría Académica

[Handwritten signature]

Esta asignatura se dicta en el segundo semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, siendo esta, orientada al análisis de la naturaleza de la administración, reconociendo las características de los administradores modernos, las principales escuelas y su evolución hasta los tiempos actuales, permite al alumno al momento de finalizar el curso la capacidad de comprender la importancia de la organización en una empresa y los conceptos asociados a una buena gestión empresarial.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Describir el campo de acción de la actividad administrativa en las empresas.</p> <p>2.- Reconocer las principales funciones que llevan a cabo los administradores, así como las herramientas y criterios fundamentales en que basan su acción</p> <p>3.- Relacionar a las empresas como sistemas sociales abiertos que interactúan en forma dinámica y permanente con el medio económico, social y político en que están insertos.</p> <p>4.- Inferir las funciones, tareas y actividades que se desarrollan en la empresa para alcanzar sus objetivos.</p>	<p>UNIDAD I: LA ADMINISTRACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Su naturaleza e importancia • Evolución de la administración • Funciones básicas <p>UNIDAD II: LA EMPRESA, SU ENTORNO Y DINÁMICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rol de la empresa en la sociedad • Tipos de empresas • La empresa en un mundo globalizado • Pymes como motor de desarrollo <p>UNIDAD III: LA EMPRESA COMO SISTEMA</p> <ul style="list-style-type: none"> • La empresa, un sistema social abierto • La sinergia en la empresa • Empresa y macro entorno • Dinámica organizacional • Sistemas de viabilidad <p>UNIDAD IV: LOS SUBSISTEMAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subsistema de Producción • Subsistema de RRHH • Subsistema de Comercialización • Subsistema de Finanzas

Genela Riquelme



DA

Juan Pineda



I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Turismo y Hotelería		
Unidad responsable: Departamento de Inglés		
Nombre: Inglés II		
Código: ING135		
Periodo: Segundo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: HUMANIDADES Y ARTES: Lenguas y Culturas Extranjeras e Interpretación y Traducción		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
ING225 Inglés III	ING125 Inglés I	
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	6	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	12	
Créditos	7	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Perfil de Egreso de la Carrera en el ámbito III: Educación General e Inglés específicamente en el siguiente resultado de aprendizaje:</p> <p>R.A.4: Desarrollar habilidades comunicativas en el idioma inglés, para desenvolverse en situaciones cotidianas, laborales y académicas.</p> <p>Además, tributa al ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, del perfil de egreso, específicamente en su resultado de aprendizaje:</p> <p>R.A.3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.</p> <p>Curso de carácter introductorio, que sienta las bases para la adquisición de las competencias lingüísticas del nivel A2 del Marco Común Europeo de las Lenguas. Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de comunicarse efectiva y naturalmente, en forma oral y escrita, en ámbitos de la vida diaria, desde el contexto personal hasta los entornos más cercanos, refiriéndose al presente y al pasado reciente, usando una escritura, pronunciación y entonación adecuadas.</p>		

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Expresar opiniones sobre personas y entregar información personal en forma oral y escrita. 2. Describir situaciones de la vida cotidiana en forma oral y escrita. 3. Expresar ideas y opiniones sobre deportes y actividad física en forma oral y escrita. 4. Expresar ideas y opiniones sobre aspectos culturales, gustos y preferencias en forma oral y escrita. 5. Describir momentos importantes de la vida de las personas en forma oral y escrita. 6. Utilizar vocabulario y estructuras referidas a l dinero y las compras en forma oral y escrita. 7. Expresar ideas y opiniones relacionadas con hábitos alimenticios en forma y escrita. 8. Expresar ideas y opiniones sobre viajes y tiempo libre en forma oral y escrita. 9. Describir personalidades y apariencia en forma oral y escrita. 10. Expresar ideas y opiniones sobre trabajo y problemas de salud en forma oral y escrita. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. UNIDAD I: "CONNECTIONS" <ul style="list-style-type: none"> - Verbo ser y/o estar en oraciones afirmativas, negativas e interrogativas. - Pronombres posesivos. 2. UNIDAD II: "WORK AND STUDY" <ul style="list-style-type: none"> - Rutinas y actividades diarias. - Adjetivos demostrativos singulares y plurales. 3. UNIDAD III: "LET'S MOVE" <ul style="list-style-type: none"> - Presente progresivo y presente simple. - Vocabulario referido a deportes. 4. UNIDAD IV: "GOOD TIMES" <ul style="list-style-type: none"> - Presente progresivo para expresar planes futuros. - Vocabulario referido a cultura pop. 5. UNIDAD V: "FIRSTS AND LASTS" <ul style="list-style-type: none"> - Pasado simple en oraciones afirmativas, negativas e interrogativas. - Vocabulario referido a momentos importantes de la vida. 6. UNIDAD VI: "BUY NOW, PLAY LATER" <ul style="list-style-type: none"> - Expresiones futuras para expresar intenciones. - Vocabulario referido a dinero y compras. 7. UNIDAD VII: "EAT, DRINK, BE HAPPY" <ul style="list-style-type: none"> - Cuantificadores. - Vocabulario referido a comida. 8. UNIDAD VIII: "TRIPS" <ul style="list-style-type: none"> - Expresiones condicionales. - Vocabulario referido a viajes y transporte. 9. UNIDAD IX: "LOOKING GOOD" <ul style="list-style-type: none"> - Expresiones comparativas y superlativas. - Vocabulario referido a accesorios y apariencia. 10. UNIDAD X: "RISKY BUSINESS" <ul style="list-style-type: none"> - Verbo especial "have to" para expresar obligación. - Vocabulario referido a trabajos y problemas de salud.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



[Handwritten initials]



11. Expresar ideas y opiniones relacionadas con el uso de las redes sociales en forma oral y escrita.

12. Describir lugares y entorno utilizando vocabulario y estructuras apropiadas en forma oral y escrita.

11. UNIDAD X: "ME, ONLINE"

- Estructuras gramaticales de presente perfecto y pasado simple.
Vocabulario relacionado a redes sociales.

12. UNIDAD X: "OUTDOORS"

- Clausulas relativas.
Vocabulario relacionado a clima y paisajes.



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Técnicas Gastronómicas		
Código: IAHN007		
Periodo: Tercer Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar: IAHN011 Integrador I: Práctica operativa.	Requisitos previos: IAHN004 Fundamentos de Gastronomía y Servicios	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	1,5	7,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	2,25	
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	11,25	
Créditos	7	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito de acción I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía, específicamente en el Resultado de aprendizaje: RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes. RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje: RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias. RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.</p>		

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



Esta asignatura se dicta en el tercer semestre de la carrera de ingeniería en administración hotelera, es de carácter teórico / práctico donde nuevamente son reforzadas dichas técnicas, comprendiendo y conociendo el aumento de dificultades técnicas aplicadas en este semestre aplicándolas directamente en su producción, generando así una autonomía en el educando, en donde no solo es gestor de su aprendizaje, sino también, debe comprender la importancia del trabajo en equipo, generar liderazgo, tanto individual como colectivo, ya que será él, el encargado de llevar a cabo una producción específica en cada taller semanal.

Desde el punto de vista de su administración, aplicarán técnicas de abastecimiento, rotulación, almacenamientos y control interno, tanto de rotación, como control de temperaturas y puntos críticos de control, con el fin de realizar un buen manejo de los productos a utilizar en un producción futura o del momento, gestionando junto a sus pares la distribución de actividades y el desempeño eficiente y eficaz de cada uno, como también de su ejecución, elaborando los productos entregados y llevándolos a una producción final de alta calidad, en donde serán degustados y evaluados de acuerdo a estándares gastronómicos de alto nivel, siendo cada proceso, evaluado de forma continua, para desarrollar y asegurar un estándar internacional en sus preparaciones y obtener resultados óptimos.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.-Utilizar documentación necesaria para una producción gastronómica, considerando los diferentes elementos de administración tanto internos como externos.</p> <p>2.- Producir la elaboración de un menú de tres tiempos, usando la organización de una cocina y pastelería clásica, documentos y todas las exigencias necesarias para el buen desarrollo de una producción gastronómica.</p>	<p>1.-UNIDAD: ORGANIZA UNA PRODUCCIÓN GASTRONÓMICA.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usa documentos para el chequeo, rotación, control de temperaturas, almacenamiento y rotulado de productos e insumos para la elaboración de una producción gastronómica de alto nivel. - Fichas técnicas. - Temperaturas de riesgo y mantención de la cadena de frío según tipo de producto. - Conservación de los alimentos en una cocina. - Normas vigentes de manipulación de alimentos. - Interpretación de recetas y procedimientos necesarios para la elaboración de fichas técnicas gastronómicas. <p>2.- UNIDAD: PLANIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE UN MENÚ DE 3 TIEMPOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clasificación del menú: - por tipo de menú. - Temporada. - Equipo humano

Geulor Ruelo
Dirección General de Docencia
Vice Rectoría Académica

[Signature]

[Signature]

<p>3.- Ejecutar una producción determinada, para cada tipo servicio a entregar.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Costos- Marketing.- Clasificación de productos e insumos por naturaleza y temporada.- Selección del método de cocción: Calor seco, Calor húmedo y Calor mixto.- Temperaturas y tiempos de cocción.- Puntos críticos de control.- Técnica de montaje de platos (E.U.P.F)- Despacho de la producción. <p>3.-UNIDAD: EVALUACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none">- Elabora y corrige ficha técnica.- Costeo de producción.- Contabiliza y genera una tabla estadística de su producción, por platos y ventas.- Realiza acciones correctivas para la mejora de su producción, tanto para la compra, elaboración, optimización de recursos y servicio.- Justifica y genera una retroalimentación de las decisiones tomadas.
-------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

DM








I.- IDENTIFICACIÓN

Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional

Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios

Nombre: Gestión de Reservas y Recepción

Código: IAHN008

Periodo: Tercer Semestre

Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales

Requisito para cursar: IAHN011 Integrador I: Práctica Operativa	Requisitos previos: IAHN005 Administración de Habitaciones	Co - Requisitos:
---------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------	-------------------------

II.- CARGA ACADÉMICA

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico		4,5
Ayudantía		
Laboratorio	3	
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	7,5	
Créditos	5	

III.- DESCRIPCIÓN

Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso: Gestión y Dirección estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía.

RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.

RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.

A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



de forma eficaz las tecnologías de la información.

La asignatura Gestión de Reservas y Recepción se encuentra ubicada en el tercer semestre de la carrera de ingeniería en Administración Hotelera Internacional y está orientada a entregar herramientas que permitan al futuro profesional reconocer los diferentes procedimientos, operación y facilidades que otorga el Software Fidelio Opera en los departamentos de Front Desk, Housekeeping, Administración, Mantenimiento y Seguridad de un Hotel.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
1.- Reconocer las principales funciones del Software Fidelio Opera, comprendiendo las principales características del sistema.	UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A FIDELIO OPERA <ul style="list-style-type: none">• Asociar perfiles particulares y corporativos a reservas individuales para fechas futuras de acuerdo a disponibilidad en el sistema.• Asignar habitaciones, tarifas y requerimientos especiales a cada reserva realizada.• Cumplir con los protocolos para confirmar una reserva.
2- Utilizar el Software Fidelio Opera reconociendo funciones del sistema en el área de reservas de un hotel.	UNIDAD II: APLICACIÓN DEL SOFTWARE EN EL ÁREA DE RESERVAS DE UN HOTEL <ul style="list-style-type: none">• Reservas individuales• Realizar reservas de grupos.• Tratamiento de reservas de grupo.• Limpiar habitaciones check out en pantalla de ama de llaves y cuadro de disponibilidad.
3- Utilizar el Software Fidelio Opera en funciones propias del área de Front Office de un hotel.	UNIDAD III: APLICACIÓN DEL SOFTWARE EN LA RECEPCIÓN DE UN HOTEL <ul style="list-style-type: none">• Realizar Check in a reservas del día.• Realizar Walk in a pasantes del día• Realizar cargos a las habitaciones de los diferentes centros de costo.• Realizar Check Out y cierre de cuentas con distintas formas de pago.• Crear folios para diferentes tipos de cuenta y cargos.• Revertir cargos• Ajustes

Paula Riquelme



[Signature]



4.- Utilizar el Software Fidelio Opera en la gestión del Front Office de un Hotel, considerando la importancia del sistema en la toma de decisiones.

UNIDAD IV: FIDELIO OPERA PARA LA GESTIÓN Y LA TOMA DE DECISIONES.

- Asociar perfiles particulares y corporativos a reservas individuales para fechas futuras de acuerdo a disponibilidad en el sistema
- Asignar habitaciones, tarifas y requerimientos especiales a cada reserva realizada.
- Cumplir con los protocolos para confirmar una reserva.
- Procedimientos de Administrativos.
- Procedimientos de Mantenición.
- Procedimientos de Seguridad.
- Informes para la toma de decisiones.

Opus Riquelme



José R...
DM

I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Contabilidad Hotelera		
Código: IAHN009		
Periodo: Tercer Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN012 Economía IAHN014 Gestión y Finanzas Hoteleras	FMSP016 Estadísticas	
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	4,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	7,5	
Créditos	5	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito II del perfil de egreso "Gestión de los Recursos Organizacionales" específicamente en el Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.</p> <p>A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando</p>		

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el tercer semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico / práctico y permite a los alumnos entregar una visión general para comprender la utilidad y alcance de los principales instrumentos de la gestión contable para la toma de decisiones y utilizar herramientas de costos en los procesos de Planificación, Control y Toma de Decisiones de una empresa hotelera.

Al finalizar el curso los alumnos serán capaces de aplicar herramientas de matemáticas financieras a decisiones de inversión y financiamiento, e introducir a la elaboración del flujo de caja de un proyecto.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer los principios, normas y convenciones más importantes del sistema de información contable, reconociendo la finalidad e importancia de los Estados financieros básicos; comprendiendo, analizando y relacionando la información de éstos con la hotelería.</p> <p>2.- Explicar una visión general, simplificada, de la herramienta de costos en una empresa hotelera, analizando la función de adquisiciones y bodega, contemplando las implicancias financieras y tributarias de la utilización de diferentes criterios de costeo en el cálculo de los costos.</p>	<p>UNIDAD I: REVISIÓN Y EVALUACIÓN DEL SISTEMA CONTABLE EN UNA EMPRESA HOTELERA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bases, principios y normas del sistema de información contable. • Estructura y construcción de los principales Estados Financieros: Estado de la Situación Financiera (Balance General) y Estado de Resultados. • Estructuras administrativas y operacional de una nueva área de servicio en un hotel y / o un restaurante <p>UNIDAD II: INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD DE GESTIÓN HOTELERA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diferencias entre costo y gasto. • Objetivos y conceptos fundamentales de la contabilidad de costos. • Libro de proveedores • Evaluación de proveedores • Departamento de adquisiciones de un Hotel. • Órdenes de compra • Recepción de mercaderías, almacenamiento y valorización de los inventarios (PPP) • Concepto Productividad • Costos de producción. • Costos fijos, variables y semivariables. • Gastos de administración, de comercialización y financieros. • Análisis comparativo de los enfoques de costeo

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

3.- Examinar el papel que juegan los sistemas de control gestión en el seguimiento y control del resultado económico financiero como del resto de objetivos y variables operativas de las áreas de los negocios, aplicando los principales conceptos y herramientas relacionadas con la planificación, el control y la toma de decisiones.

4.- Relacionar criterios más usados en decisiones de inversión y financiamiento; e integrar éstas herramientas en la elaboración del flujo de caja de un proyecto como primera aproximación a este tema, manejando conceptos básicos y herramientas de matemáticas financieras.

por absorción y directo.

- Implicancias financieras y tributarias del costeo por absorción y del costeo directo.

UNIDAD III: HERRAMIENTAS DE COSTOS.

- Planeación y control financiero
- Esquema general de planificación.
- Ciclo Presupuestal.
- Confección del Presupuesto operacional
- Confección y uso del Presupuesto de caja.
- Confección y uso del presupuesto financiero
- Formulación de costo-volumen- utilidad.
- Formulación de costo – nivel - utilidad.
- Relación Costo-Volumen-Utilidad y Punto de Equilibrio. Empresas mono y poli productoras.

UNIDAD IV: APLICACIÓN DE MATEMÁTICAS FINANCIERAS Y CRITERIOS DE DECISIÓN DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.

- Concepto del valor tiempo del dinero.
- Concepto de Tasas de Interés.
- Interés simple y compuesto.
- Valor actual o presente de un flujo futuro (V.A.) y valor futuro de un flujo en el tiempo (V.F.).
- Anualidades o Rentas.
- Criterios de decisión de inversión y financiamientos más usados: TIR, VAN (Valor Actual Neto) y Pay back.
- Elementos y construcción del Flujo de Caja de un proyecto de inversión desde el punto de vista de la empresa hotelera.
- Rentabilidad Hotelera

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelaría, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Liderazgo y Trabajo en Equipos		
Código: IAHN010		
Periodo: Tercer Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN011 Integrador I: Practica Operativa IAHN019 Human Resources in Hospitality	IAHN006 Administración de Empresas	
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	1,5	7,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	1,5	
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	10,5	
Créditos	6	
III.- DESCRIPCIÓN		
Esta asignatura tributa al Ámbito de Acción II del perfil de egreso "Gestionar los Recursos Organizacionales" específicamente en el Resultado de aprendizaje:		
RA 2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.		
A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:		
RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.		
RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.		

[Handwritten signature]

Dirección General de Docencia
Vicerrectoría Académica

[Handwritten signature]

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Este curso de tercer semestre entrega al alumno las herramientas para analizar a través de aproximaciones teóricas y prácticas los diferentes estilos de liderazgo como concepto. A través de un proceso de reflexión y evaluación crítica, los estudiantes serán capaces de apreciar como factores individuales, organizacionales y culturales pueden influir en la eficacia del líder y esta experiencia debería permitir a estudiantes desarrollar su propio estilo de liderazgo el cual deberá ser puesto a prueba en el desarrollo de trabajos en equipos y juegos de roles realizado dentro del contexto de un restaurante laboratorio frente a situaciones y clientes reales.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer habilidades para delegar, tomar decisiones y resolver problemas en el rol de líder de un equipo considerando los talentos individuales de cada persona.</p>	<p>UNIDAD I: LIDERAZGO EN ORGANIZACIONES HOTELERAS.</p> <p>¿Un líder nace o se hace?</p> <p>Fundamentos del Liderazgo</p> <p>Tipos y estilos de liderazgo</p> <p>Características del Liderazgo situacional.</p> <p>Diferencia entre un jefe y un líder.</p> <p>Características de un líder eficaz.</p> <p>Las demandas del liderazgo</p> <p>La Toma de decisiones.</p> <p>Delegación eficaz - empowerment.</p> <p>Comunicación y asertividad.</p>
<p>2.- Comparar diferentes formas de organizar una brigada de trabajo, de acuerdo a los roles de trabajo correspondientes a las diferentes áreas de una empresa del rubro de la hotelería.</p>	<p>UNIDAD II: ORGANIZACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPOS</p> <p>La cohesión y la interdependencia en los equipos.</p> <p>Los roles dentro de un equipo.</p> <p>Como organizar las tareas en cada área.</p> <p>Diseño de check list y pautas de cotejo.</p> <p>Control del cumplimiento de metas fijadas por la empresa</p> <p>Concepto de productividad / Rentabilidad</p> <p>Manejo de quejas y de problemáticas presentadas en la gestión de equipos.</p>
<p>3.- Practicar estrategias de supervisión de grupos de trabajo utilizando técnicas de liderazgo y herramientas de gestión de trabajo que permitan</p>	<p>UNIDAD III: PLANIFICACIÓN Y GESTION DE EQUIPOS DE TRABAJO.</p> <p>Técnicas de supervisión de grupos.</p>

Peula Rifo



TDH

Juan P.



<p>la motivación del equipo en función de los objetivos de la empresa hotelera.</p>	<p>Jornada laboral vigente para el área gastronómica. Relación laboral empleado/empresa, derechos y obligaciones mutuas. Planificación de horarios para cada área del restaurante. Relación con la Dirección del trabajo. Confección de planillas horarias y distribución de la jornada de trabajo. Control de asistencia. Herramientas de control de calidad utilizadas en el rubro de la hotelería. Taller de ejercicios de trabajo en equipo realizados en el restaurante didáctico e instalaciones gastronómicas. Juegos de rol frente a situaciones a ser planteadas en un contexto real.</p>
<p>4.- Demostrar el uso de diferentes herramientas de gestión de calidad y técnicas de motivación aplicables al trabajo de equipo en el rubro de la hotelería.</p>	<p>UNIDAD IV: ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN E INCENTIVOS. Concepto de motivación. Estrategias de motivación interna. Evaluación del desempeño. Las cartas de amonestación. Premios y reconocimientos. Determinación de ascensos. Aumentos y bono salarial. Desarrollo profesional. Políticas de incentivos. Plan de incentivos aplicables al rubro de la hotelería.</p>

Paula Rojas



Javier...

[Signature]

I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional e Ingeniería en Turismo y Hotelería		
Unidad responsable: Departamento de Inglés		
Nombre: Inglés III		
Código: ING225		
Periodo: Tercer Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: HUMANIDADES Y ARTES: Lenguas y Culturas Extranjeras e Interpretación y Traducción		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
ING235 Inglés IV	ING135 Inglés II	
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	6	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	12	
Créditos	7	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Perfil de Egreso de la Carrera en el ámbito III: Educación General e Inglés específicamente en el siguiente resultado de aprendizaje:</p> <p>R.A.4: Desarrollar habilidades comunicativas en el idioma inglés, para desenvolverse en situaciones cotidianas, laborales y académicas.</p> <p>Además, tributa al ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, del perfil de egreso, específicamente en su resultado de aprendizaje:</p> <p>R.A.3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.</p> <p>Curso de carácter introductorio, que sienta las bases para la adquisición de las competencias lingüísticas del nivel B1 del Marco Común Europeo de las Lenguas. Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de comunicarse efectiva y naturalmente, en forma oral y escrita, en ámbitos de la vida diaria, desde el contexto personal hasta los entornos más cercanos, refiriéndose al presente y al pasado reciente, usando una escritura, pronunciación y entonación adecuadas.</p>		

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none">1. Utilizar vocabulario y estructuras gramaticales para describir aspectos de la personalidad e información personal en forma oral y escrita.2. Utilizar vocabulario referido a aspectos tecnológicos en forma oral y escrita.3. Utilizar vocabulario y expresiones gramaticales para hablar del transporte público y los aspectos de la ciudad en forma oral y escrita.4. Expresar opiniones sobre predicciones y planes futuros en forma oral y escrita.5. Describir situaciones e historias pasadas en forma oral y escrita.6. Utilizar estructuras y vocabulario apropiado para referirse a situaciones hipotéticas en forma oral y escrita.7. Expresar ideas y opiniones relacionadas con gustos musicales en forma oral y escrita.8. Describir situaciones y experiencias vividas en forma oral y escrita.9. Utilizar estructuras y vocabulario apropiado para expresar prohibición, necesidad y obligación en forma oral y escrita.10. Utilizar estructuras verbales pasivas para referirse a procesos productivos en forma oral y escrita.11. Expresar ideas y opiniones referidas a situaciones de riesgo en forma oral y escrita.	<ol style="list-style-type: none">1. UNIDAD I: "WHO WE ARE"<ul style="list-style-type: none">- Preguntas informativas y preguntas indirectas.- Vocabulario referido a información personal y personalidad.2. UNIDAD II: "SO MUCH STUFF"<ul style="list-style-type: none">- Presente perfecto.- Vocabulario referido a tecnología.3. UNIDAD III: "SMART MOVES"<ul style="list-style-type: none">- Verbos especiales para expresar consejo.- Vocabulario referido a transporte público y la ciudad.4. UNIDAD IV: "THINK FIRST"<ul style="list-style-type: none">- Predicciones y planes futuros.- Vocabulario referido a predicciones y decisiones.5. UNIDAD V: "AND THEN..."<ul style="list-style-type: none">- Pasado simple y pasado progresivo.- Vocabulario referido a historias.6. UNIDAD VI: "IMPACT"<ul style="list-style-type: none">- Expresiones condicionales.- Vocabulario referido a modales.7. UNIDAD VII: "ENTERTAIN US"<ul style="list-style-type: none">- Expresiones de tiempo pasado "Used to".- Vocabulario referido a música y entretenimiento.8. UNIDAD VIII: "GETTING THERE"<ul style="list-style-type: none">- Presente perfecto simple y presente perfecto progresivo.- Vocabulario referido a experiencias.9. UNIDAD IX: "MAKE IT WORK"<ul style="list-style-type: none">- Verbos especiales referidos a necesidad, prohibición y permiso.- Vocabulario referido a empleo.10. UNIDAD X: "WHY WE BUY"<ul style="list-style-type: none">- Voz pasiva presente y pasado.- Vocabulario referido a producción y distribución.11. UNIDAD X: "PUSHING YOURSELF"<ul style="list-style-type: none">- Expresiones condicionales.- Vocabulario referido a riesgos y

Opulencia Pul



DM

Gloria

<p>12. Expresar ideas y opiniones sobre experiencias de vida en forma y escrita.</p>	<p>oportunidades.</p> <p>12. UNIDAD X: "LIFE'S LITTLE LESSONS"</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expresiones de tiempo pasado. - Vocabulario referido a accidentes y actividades extremas.
--------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Práctica Operativa		
Código: IAHN011		
Periodo: Cuarto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar: IAHN027 Integrador II: Seminario de Grado	Requisitos previos: IAHN007 Técnicas Gastronómicas IAHN008 Gestión de Reservas y Recepción IAHN010 Liderazgo y Trabajo en Equipos	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico		
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno	3	29,75
Clínico		
Total horas dedicación semanal	32,75	
Créditos	20	
III.- DESCRIPCIÓN		
El Integrador I: Práctica Operativa, el cual tributa al ámbito I y al ámbito II del perfil de egreso y en el desarrollo de los siguientes resultados de los aprendizajes:		
RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando		

Handwritten signature

Handwritten signature



Handwritten initials



actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.

RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.

RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.

Ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales:

RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.

RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.

A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

En el Integrador I, el alumno utilizando como base los conocimientos adquiridos hasta este nivel, junto con los antecedentes de contactos y de su preferencia personal que le permiten elegir donde desempeñarse en el trabajo práctico de una empresa de Alojamiento Turístico.

IV.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE	V.- HABILIDADES TRANSVERSALES
<p>Ámbito I: Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía</p> <p>RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.</p> <p>RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.</p> <p>RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>Ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales:</p> <p>RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación,</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Habilidades Comunicativas. 2. Pensamiento Crítico. 3. Responsabilidad Social. 4. Razonamiento Científico y TICS.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.
RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.

I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Dirección de Educación General		
Nombre: Responsabilidad Social		
Código: CEGRS14		
Periodo: Semestral		
Área de Conocimiento UNESCO: Área Humanidades y Artes - Sub Área Humanidades (22)		
Requisito para cursar: No tiene	Requisitos previos: CEGPC13 Pensamiento Crítico	Co - Requisitos: No tiene
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico		
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	2,25	2,25
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	4,5	
Créditos	3	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>El curso de Responsabilidad Social tiene el propósito de desarrollar habilidades, con el objetivo de ampliar el conocimiento, reforzar el compromiso y motivar acciones positivas, es decir, habilidades que dan cuenta de "saber", "saber hacer" y "saber ser".</p> <p>Su formación contempla el desarrollo del Resultado de Aprendizaje de Formación General "Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional." Lo anterior se enmarca en el programa de Educación general de la UNAB que tiene por</p>		

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]



objetivo, dotar a los estudiantes de habilidades de formación transferibles a cualquier área disciplinar.

Los cursos de Responsabilidad Social favorecen la inclusión social, la inserción exitosa del estudiante en el mundo laboral y, finalmente, un desarrollo humano sustentable; patentando con ello el sello UNAB que identifica al estudiante de nuestra Universidad.

La Dimensión de Responsabilidad Social recoge el desarrollo de las otras habilidades como las comunicativas, las de razonamiento científico, las de tecnologías de la información y de pensamiento crítico. Todo esto, dentro del marco del programa de Educación General de la Universidad, que busca desarrollar en los estudiantes habilidades transversales aplicables a cualquier especialidad y a su específico perfil de egreso.

IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<p>AE 1.- Identificar problemas de carácter social, distinguiendo que todas las acciones y decisiones tienen un impacto positivo o negativo en su vida, condición de estudiante y futuro profesional.</p>	<p>UNIDAD I: CONCEPTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es Responsabilidad Social? - Conceptos claves y ejes fundamentales de la RS. - Principios y marcos legislativos de la RS. - Parámetros de sustentabilidad.
<p>AE 2.- Aplicar buenas prácticas sociales demostrando un comportamiento de ciudadano activo a favor del desarrollo humano.</p>	<p>UNIDAD II: VALORES Y CONDUCTAS COHERENTES CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autocuidado y Responsabilidad social. - Buenas prácticas sociales y comportamiento ciudadano activo. - Actitud ética, comprometida y corresponsable. - Contribución para un desarrollo justo y sustentable a la solución de problemas sociales.
<p>AE 3.- Diseñar soluciones y acciones colaborativas y creativas para afrontar desafíos cotidianos, con conductas, actitudes y acciones socialmente responsables.</p>	<p>UNIDAD III: DISEÑO Y EJECUCIÓN DE PROYECTO Y/O ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL APPLICABLES EN SU ENTORNO CERCANO.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificación y diseño de un proyecto de RS en corresponsabilidad. - Ejecución y puesta en práctica en escenario real de un proyecto y/o acción. - Evaluación de un proyecto de RS.

General



[Handwritten signature]

I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Turismo y Hotelería		
Unidad responsable: Departamento de Inglés		
Nombre: English for Tourism and Hospitality I		
Código: ING235		
Periodo: Cuarto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: HUMANIDADES Y ARTES: Lenguas y Culturas Extranjeras e Interpretación y Traducción		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
ING325 English for Tourism and Hospitality II	ING225 Inglés III	
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	6	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	12	
Créditos	7	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Perfil de Egreso de la Carrera en el ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, específicamente en el siguiente resultado de aprendizaje: RA3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés. Además, tributa al ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, del perfil de egreso, específicamente en su resultado de aprendizaje: R.A.3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.</p>		
IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS	
<ol style="list-style-type: none"> Utilizar vocabulario y estructuras gramaticales para describir realizaciones personales en forma oral y escrita. Utilizar vocabulario referido a preferencias y preparación de alimentos en forma oral y 	<ol style="list-style-type: none"> UNIDAD I: "AND WE ARE OFF!" <ul style="list-style-type: none"> Presente Simple y progresivo (revisión). Vocabulario referido a realizaciones UNIDAD II: "THE FUTURE OF FOOD" <ul style="list-style-type: none"> Oraciones condicionales. 	

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]



<p>escrita.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Utilizar vocabulario y expresiones gramaticales para hablar de la hora, el dinero ciudad en forma oral y escrita. 4. Utilizar vocabulario y expresiones para diseñar un spot publicitario en forma oral y escrita. 5. Describir situaciones y cambio de planes en el pasado en forma oral y escrita. 6. Utilizar estructuras y vocabulario apropiado para referirse a situaciones de caridad y trabajo voluntario en forma oral y escrita. 7. Contrastar ideas y opiniones relacionadas con la comunicación online vs. presencial en forma oral y escrita. 8. Describir situaciones sobre estilos de vida y laboral en forma oral y escrita. 9. Utilizar estructuras y vocabulario apropiado para expresar regulación en la vida diaria en forma oral y escrita. 10. Utilizar estructuras verbales pasivas para especular de situaciones en forma oral y escrita. 11. Expresar ideas y opiniones referidas a la vida universitaria y hechos científicos en forma oral y escrita. 12. Describir una fotografía y la historia que hay detrás de ella en forma oral y escrita. 	<ul style="list-style-type: none"> - Vocabulario referido a alimentos. <ol style="list-style-type: none"> 3. UNIDAD III: "WHAT'S IT WORTH?" <ul style="list-style-type: none"> - Estructuras comparativas, oraciones con <i>too / enough</i>. - Vocabulario referido al tiempo, dinero y al valor de las cosas. 4. UNIDAD IV: "GOING GLOCAL" <ul style="list-style-type: none"> - Verbos especiales de especulación. - Vocabulario referido a publicidad y medios de comunicación. 5. UNIDAD V: "TRUE STORIES" <ul style="list-style-type: none"> - Pasado perfecto. - Vocabulario referido a descripción de planes. 6. UNIDAD VI: "COMMUNITY ACTION" <ul style="list-style-type: none"> - Voz pasiva en presente, pasado y con verbos especiales - Vocabulario referido al trabajo en comunidad. 7. UNIDAD VII: "CAN WE TALK?" <ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje indirecto - Vocabulario referido a comunicación online. 8. UNIDAD VIII: "LIFESTYLES" <ul style="list-style-type: none"> - Oraciones condicionales. - Vocabulario referido a empleo. 9. UNIDAD IX: "YES, YOU CAN!" <ul style="list-style-type: none"> - Verbos especiales referidos a prohibición, permiso y obligación. - Vocabulario referido a lugares y sus regulaciones. 10. UNIDAD X: "WHAT IF ... ?" <ul style="list-style-type: none"> - Oraciones condicionales. - Vocabulario referido a descubrimientos y equivocaciones. 11. UNIDAD XI: "CONTRASTS" <ul style="list-style-type: none"> - Uso del gerundio e infinitivo. - Vocabulario referido a la ciencia y la educación universitaria. 12. UNIDAD XII: "LOOKING BACK" <ul style="list-style-type: none"> - Expresiones énfasis y referencia al expresar una idea. - Vocabulario referido a recuerdos de la infancia.
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Paula Riquelme

José María



[Handwritten signature]

I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional.		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Economía		
Código: IAHN012		
Periodo: Quinto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos: IAHN009 Contabilidad Hotelera	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	6,75
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	9,75	
Créditos	6	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía", específicamente en el Resultado de aprendizaje: RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.</p> <p>La asignatura Economía se encuentra ubicada en el quinto semestre de la carrera de ingeniería en Administración Hotelera Internacional y está orientada a entregar al alumno, al momento de finalizar el curso, una visión general de los problemas económicos que enfrenta la sociedad y su</p>		

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



[Handwritten initials]



aplicación a las situaciones que ellos mismos enfrentan en el diario vivir nacional, distinguiendo claramente el concepto de costo de oportunidad en la toma racional de las decisiones, analizando cómo funcionan los mercados, identificando el concepto de elasticidad precio, cruzada e ingreso por el lado de la demanda y la elasticidad precio de la oferta.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocer las distintas variables que interactúan en la oferta y demanda de bienes y servicios en una economía. 2. Relacionar el funcionamiento de los mercados oligopolios y competencia monopolística, teniendo como marco de referencia la competencia perfecta y el monopolio 3. Juzgar el rol del estado en la provisión de bienes públicos, corregir externalidades y regulación de monopolios. 4. Argumentar las variables macroeconómicas fundamentales de la economía y que afectan al sector turístico 	<p>UNIDAD I: LA OFERTA Y DEMANDA</p> <ul style="list-style-type: none"> • La demanda • La oferta • El equilibrio de la economía • El ciclo económico <p>UNIDAD II: EL OLIGOPOLIO Y LA COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Competencia en cantidad • Competencia en Precio • El modelo líder-seguidor • Competencia monopolística • Diferenciación espacial de productos <p>UNIDAD III: EL ROL DEL ESTADO EN LA ECONOMÍA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción • El problema de las prácticas anticompetitivas • El concepto de externalidades • Bienes públicos • La tragedia de los comuneros • Asimetrías de información y costos de búsqueda • Otros roles para el Estado <p>UNIDAD IV: LA POLÍTICA MACROECONÓMICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción • La política fiscal • La política monetaria y el rol del Banco Central • La política monetaria y la inflación • El sistema financiero

Peula Rifuel

[Signature]



[Signature]

I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Investigación e Inteligencia del Mercado Turístico		
Código: IAHN013		
Periodo: Quinto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN017 Marketing IAHN027 Integrador II: Seminario de Grado	FMSP016 Estadísticas	
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	6,75
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	9,75	
Créditos	6	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Ámbito II: "Gestión de los Recursos Organizacionales" del perfil de egreso de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, específicamente en los Resultados de aprendizaje:</p> <p>RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.</p> <p>RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.</p> <p>A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.</p>		

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]



Esta asignatura se dicta en el quinto semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico/práctico y permite a los alumnos y alumnas obtener conocimientos acerca de los principales aspectos de la investigación en el marketing asociado a las empresas Turísticas y Hoteleras, otorgando al alumno habilidades para desarrollar investigaciones de mercado con la finalidad de analizar de manera correcta los diferentes segmentos de mercado que existen en la industria turística.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer la importancia que tiene la investigación de mercados en el turismo para la toma de decisiones de una empresa y para establecer la información secundaria relevante y útil.</p> <p>2.- Diseñar una investigación cuantitativa para recolectar información primaria que ayude en la construcción de los planes y estrategias de una empresa turística.</p>	<p>UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN EL TURISMO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Necesidades de información en el turismo. • Tipificaciones turísticas. • Tipos de investigación. • Método, metodología y técnica. • Información primaria y secundaria. • Desarrollo de la perspectiva teórica. <ul style="list-style-type: none"> ○ Revisión analítica de literatura. ○ Construcción del marco teórico. • Nuevas tecnologías aplicadas a la investigación de mercados. <ul style="list-style-type: none"> ○ Influencia en el diseño de investigación. ○ Métodos de recolección de datos. <p>UNIDAD II: DISEÑO DE UNA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Delimitación del problema de investigación. • Definición de las preguntas de investigación. • Construcción de objetivos generales y específicos. • Plan de muestreo. <ul style="list-style-type: none"> ○ Población objetivo ○ Marco muestral. ○ Método de obtención de datos. ○ Método de muestreo. Probabilísticos y no probabilísticos. ○ Cálculo del tamaño de la muestra. ○ Plan de operación para recolectar información. • Diseño de cuestionarios. <ul style="list-style-type: none"> ○ Componentes.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

Dirección General de Docencia
Vicerrectoría Académica

[Handwritten signature]



<p>3.- Construir cuestionarios que permitan obtener información útil para poder lograr los objetivos establecidos en una investigación de mercados e interpretar los resultados obtenidos.</p> <p>4.- Concluir los resultados obtenidos de una investigación, utilizando análisis de datos en el marco de la inteligencia de mercados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tipos de preguntas. ○ Niveles de datos. ○ Diagramación. ○ Tecnologías para elaborar cuestionarios. <p>UNIDAD III: DISEÑO DE CUESTIONARIOS Y ANALISIS DE DATOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Medidas de tendencia central. ● Medidas de dispersión. ● Análisis relacional en datos de una muestra. ● Gráficos según datos obtenidos. ● Interpretación para la toma de decisiones. <p>UNIDAD IV: INTELIGENCIA DE MERCADOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Diferencia entre Inteligencia de Mercados, Inteligencia de negocios e Inteligencia competitiva. ● Big Data y Small Data ● Cómo obtener datos del consumidor. <ul style="list-style-type: none"> ○ Herramientas y plataformas de acceso público. ○ Redes Sociales como Inteligencia de Mercados. ○ Identificación de necesidades. ○ Análisis del comportamiento del consumidor. ● Comprensión de la competencia. <ul style="list-style-type: none"> ○ Identificación del producto y/o servicio determinante para el consumidor. ○ Adaptación del producto y/o servicio según datos obtenidos. ● Comprensión del mercado. <ul style="list-style-type: none"> ○ Identificación de mercados potenciales. ○ Detectar información relevante del consumidor. ● Estrategias según datos obtenidos por la Inteligencia de Negocios, Inteligencia competitiva e Inteligencia de Mercados. ● Herramientas de seguimiento.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Gestión de Finanzas Hoteleras		
Código: IAHN014		
Periodo: Quinto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar: IAHN022 Emprendimiento y Evaluación de Proyectos	Requisitos previos: IAHN009 Contabilidad Hotelera	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3,75	6,75
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	10,5	
Créditos	6	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito III del perfil de egreso "Gestión de los Recursos Organizacionales" específicamente en el Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.</p> <p>Esta asignatura se dicta en el quinto semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera</p>		

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

internacional, es de carácter teórico / práctico y permite a los alumnos obtener conocimientos, habilidades y destrezas técnicas en el área de las finanzas. reconociendo los principales instrumentos financieros transados en Chile tanto de renta fija como variable. Le permitirá además interpretar la información de las razones financieras, conocer los principales modelos de valorización de acciones y bonos contemplando los principios de riesgo, rentabilidad, costo de oportunidad del capital y la correcta evaluación de las inversiones.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1. Explicar el rol, funciones del Administrador Financiero y la organización administrativa del área Finanzas</p> <p>2. Relacionar los efectos de las diferentes alternativas existentes con las tasas de intereses, tiempo y capital.</p> <p>3. Construir la información de las razones financieras utilizando los antecedentes entregados por los Estados Financieros, para poder tomar decisiones estratégicas en el ámbito de las finanzas.</p> <p>4. Contrastar alternativas de evaluación económica financiera para la toma de decisiones en proyectos alternativos.</p>	<p>UNIDAD I: FUNCIÓN FINANCIERA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración financiera. • Maximización del valor de la empresa. • Conceptos de eficiencia en mercados financieros. • Mercados perfectos vs imperfectos. <p>UNIDAD II: FUNDAMENTOS ECONÓMICOS DE LA TASA DE INTERÉS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valor del dinero en el tiempo. • Modelo de un período. • Conceptos de matemática financiera. <p>UNIDAD III: ANÁLISIS Y PLANIFICACIÓN FINANCIERA DE CORTO PLAZO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los estados financieros. • Proyección de estados financieros. • Administración de capital de trabajo. • Análisis de razones financieras. <p>UNIDAD IV: EVALUACIÓN DE INVERSIONES.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flujo de caja relevante. • Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno. • Proyectos mutuamente excluyentes. • Proyectos incrementales. • Proyectos con diferente vida útil

[Handwritten signature]



[Handwritten initials]

[Handwritten signature]



I.- IDENTIFICACIÓN

Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional

Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios

Nombre: Informática aplicada al turismo y estadísticas hoteleras.

Código: IAHN015

Periodo: Quinto Semestre

Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales

Requisito para cursar:

IAHN018 Revenue
Management

Requisitos previos:

FMSP016 Estadísticas

Co - Requisitos:

II.- CARGA ACADÉMICA

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	5,25
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	8,25	
Créditos	5	

III.- DESCRIPCIÓN

Esta asignatura tributa al Ámbito I: "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía" del perfil de egreso de la carrera, específicamente en los Resultados de aprendizaje:

RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.

RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.

Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando

Paula K. F. ...

[Signature]



de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el quinto semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico/práctico y permite a los alumnos y alumnas obtener conocimientos, habilidades y destrezas técnicas necesarias para conocer, escoger y aplicar las tecnologías que pueden mejorar la gestión del negocio e incrementar la rentabilidad de las empresas turísticas y hoteleras. Además, obtener conocimientos y destrezas técnicas necesarias en el área de la estadística relacionada con la Hotelería.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer softwares utilizados para mejorar la gestión de una empresa turística, empleando el Modelo de Nolan para determinar el grado de madurez tecnológica de cada empresa.</p>	<p>UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS Y GRADO DE MADUREZ TECNOLÓGICA</p> <ul style="list-style-type: none">• La sociedad de la información y el valor de esta para una empresa turística.• Las TICs en el Turismo.• Softwares más utilizados en la industria turística: GDS, PMS, Channel Manager, POS/TPV, CRM/CRMS, CRS, Motor de reserva.<ul style="list-style-type: none">◦ Objetivos, funciones y beneficios para la empresa.• Modelo de 6 etapas de Nolan: "Asimilación de nuevas tecnologías en la empresa".• Análisis del modelo de Nolan en empresas Turísticas y Hoteleras.
<p>2.- Crear sistemas simples en Microsoft Excel para automatizar tareas repetitivas que se realicen dentro de una empresa turística.</p>	<p>UNIDAD II: MICROSOFT EXCEL INTERMEDIO</p> <ul style="list-style-type: none">• Normalización de variables.• Funciones lógicas anidadas.• Funciones de búsqueda.• Grabación de macros y utilización de controles de formulario.• Creación de sistemas de tarificación simple.• Generación de bases de datos.
<p>3.- Desarrollar funciones estadísticas en un lenguaje de programación de código abierto para modelarlo según los factores que impactan el entorno y la organización de una empresa turística, sin necesidad de un software de pago.</p>	<p>UNIDAD III: LENGUAJE DE PROGRAMACIÓN ESTADÍSTICO "R"</p> <ul style="list-style-type: none">• Interfaz de usuario RStudio y manejo de datos.• Gráficos en R.





4.- Aplicar técnicas que implican análisis estadístico para generar maximización de utilidades en una empresa de alojamiento.

- Análisis estadísticos.
- Programación de funciones.

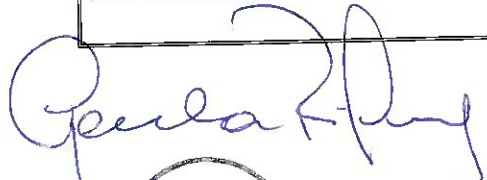
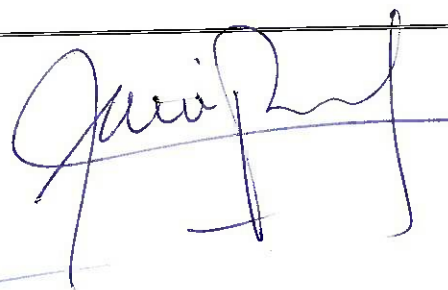

UNIDAD IV: REVENUE MANAGEMENT Y ESTADÍSTICAS HOTELERAS

- Introducción al Revenue Management.
- Principales indicadores (Estadísticas hoteleras).
- Determinación de la recolección de datos.
- Segmentación de clientes.
- Pronósticos y optimizaciones.
- Regresiones lineales, Estimaciones curvilíneas y Modelo ARIMA.
- Determinación de precios.

[Handwritten signatures]



I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Turismo y Hotelería		
Unidad responsable: Departamento de Inglés		
Nombre: English for Tourism and Hospitality II		
Código: ING325		
Periodo: Quinto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: HUMANIDADES Y ARTES: Lenguas y Culturas Extranjeras e Interpretación y Traducción		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
ING335 English for Tourism and Hospitality III	ING235 English for Tourism and Hospitality I	
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	6	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	12	
Créditos	7	
III. DESCRIPCIÓN		
Esta asignatura tributa al Perfil de Egreso de la Carrera en el ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, específicamente en el siguiente resultado de aprendizaje:		
RA3: Utilizar herramientas metodologías para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.		
Además, tributa al ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, del perfil de egreso, específicamente en su resultado de aprendizaje:		
R.A.3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.		





IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar vocabulario y estructuras gramaticales para argumentar acerca de dificultades pasadas en forma oral y escrita. 2. Utilizar vocabulario referido a aspectos de exploración e investigación en forma oral y escrita. 3. Utilizar vocabulario y expresiones gramaticales para describir tipos de personalidades en forma oral y escrita. 4. Expresar opiniones sobre toma de decisiones en forma oral y escrita. 5. Utilizar estructuras y vocabulario para discutir el futuro de las comunicaciones a en forma oral y escrita. 6. Expresar ideas y opiniones relacionadas con logro de la fama inesperada en forma oral y escrita. 7. Utilizar estructuras y vocabulario para discutir y negociar la manera de comprar en forma oral y escrita. 8. Describir situaciones de orden y desorden en forma oral y escrita. 9. Utilizar estructuras y vocabulario apropiado para hablar de personas importantes en la vida de alguien en forma oral y escrita. 10. Utilizar estructuras y vocabulario para hablar similitudes y diferencias entre personas en forma oral y escrita. 11. Expresar ideas y opiniones referidas a situaciones que permitan distinguir una verdad de una mentira en forma oral y escrita. 12. Expresar ideas y opiniones sobre fuentes de inspiración en forma y escrita. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. UNIDAD I: "YOU CAN'T STOP PROGRESS" <ul style="list-style-type: none"> - Hábitos en presente y pasado. - Vocabulario referido enfrentar desafíos y dificultades. 2. UNIDAD II: "NATURAL LIMITS" <ul style="list-style-type: none"> - Comparativos y superlativos. - Vocabulario referido a la exploración del espacio y el océano. 3. UNIDAD III: "THE WAY I AM" <ul style="list-style-type: none"> - Clausulas relativas. - Vocabulario referido a la personalidad. 4. UNIDAD IV: "COMBINED EFFORT" <ul style="list-style-type: none"> - Pronombres relativos. - Vocabulario referido a profesiones. 5. UNIDAD V: "THE HUMAN FACTOR" <ul style="list-style-type: none"> - Oraciones condicionales. - Vocabulario referido a considera y contrastar ideas. 6. UNIDAD VI: "EXPECT THE UNEXPECTED" <ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje indirecto con verbos especiales. - Vocabulario referido a la fama. 7. UNIDAD VII: "WHAT IT'S WORTH" <ul style="list-style-type: none"> - Gerundios e infinitivos. - Vocabulario referido a relato de experiencias positivas. 8. UNIDAD VIII: "SMALL THINGS MATTER" <ul style="list-style-type: none"> - Formas de expresar futuro. - Vocabulario referido al orden y desorden de las cosas. 9. UNIDAD IX: "THINGS HAPPEN" <ul style="list-style-type: none"> - Oraciones condicionales. - Vocabulario referido al destino. 10. UNIDAD X: "PEOPLE, PROFILES" <ul style="list-style-type: none"> - Gerundios y preposiciones. - Vocabulario referido a descripción de similitudes y diferencias. 11. UNIDAD X: "REALLY?" <ul style="list-style-type: none"> - Oraciones en voz pasiva. - Vocabulario referido a calificación de información. 12. UNIDAD X: "THE WAY I SEE IT" <ul style="list-style-type: none"> - Sustantivos contables y no contables. - Vocabulario referido a preocupaciones.

Guillermo Ríos

[Signature]

[Signature]



I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Food and Beverage Management		
Código: IAHN016		
Periodo: Sexto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN020 Gestión de Congresos y Eventos	IAHN004 Fundamentos de Gastronomía y Servicios	
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	7,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	9,5	
Créditos	6	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía" específicamente en el Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a</p>		

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]





enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en idioma inglés, en el sexto semestre de la carrera de ingeniería en administración hotelera internacional, es de carácter teórico y permite a los alumnos desarrollar sus habilidades de gestión. Está diseñado para preparar a los estudiantes a asumir un rol activo en un primer puesto de trabajo o pasantía avanzada en un puesto administrativo. El curso considera análisis de comportamiento del consumidor, desarrollo de estrategias, programa de gestión de la higiene y evaluación del rendimiento.

IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
1. Diferenciar los problemas y conceptos clave que sustentan el comportamiento del consumidor en el contexto de una operación de alimentos y bebidas.	UNIDAD I: FOOD AND BEVERAGE MANAGEMENT INTRODUCTION <ul style="list-style-type: none"> - Purpose of F&B Management - Who are our clients? - Sales & Product Mix - Consumer behavior - Corporate and Social Responsibility
2. Argumentar cómo establecer medidas de control en una operación de alimentos y bebidas.	UNIDAD II: CONTROL MEASURES IN THE FOOD AND BEVERAGES AREA. <ul style="list-style-type: none"> - Performance measures - Key point indicators - HACCP-Management of food safety - Deming cycle
3. Justificar un enfoque estratégico de gestión de alimentos y bebidas en base al análisis de estándares de calidad y rentabilidad.	UNIDAD III: QUALITY AND PROFITABILITY STANDARDS. <ul style="list-style-type: none"> - Evaluating performance - Resources & capabilities - Strategy Clock theory - Strategy map - Balanced Scorecard
4. Desarrollar un concepto de alimentos y bebidas, con sus objetivos y presupuesto apropiado.	UNIDAD IV: FOOD & BEVERAGE TRENDS <ul style="list-style-type: none"> - Food trends - Beverage trends - IP tutorials

General

General



[Signature]



I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de turismo y hotelería, facultad de economía y negocios.		
Nombre: Marketing		
Código: IAHN017		
Periodo: Sexto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN021 Comercio Electrónico	IAHN013 Investigación e Inteligencia del Mercado Turístico	
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	7,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	10,5	
Créditos	6	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía" específicamente en el Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.</p>		

Handwritten signature in blue ink.



Handwritten signature in blue ink.



Marketing forma parte del sexto semestre, es de carácter teórico / práctico al momento de finalizar el curso, brinda a los alumnos las herramientas para aplicar planes de marketing dirigidos al cliente específico y segmentado para el tipo de negocio; gestionando los recursos asignados para potenciar y posicionar la marca y por ende incrementar los recursos del negocio. Esta asignatura debe ser dictada en idioma Inglés.

IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<p>1. Argumentar los tipos de mercado, comprendiendo los conceptos de mercado e industria y su relación con las demás áreas de la empresa, analizando las características propias del mercado turístico.</p> <p>2. Desarrollar nuevos productos y posicionarlos en el contexto del mercado mundial utilizando estrategias de construcción de marca y posicionamiento.</p>	<p>UNIDAD I: CONCEPTOS, PRINCIPIOS Y ENTORNO DEL MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceptos básicos: qué es el "marketing"; necesidades, deseos y demandas del cliente; filosofías de marketing; La mezcla de marketing • Las 4 p. • Prácticas de marketing en el siglo XXI. • El entorno de marketing: microambiente; macro ambiente; El mercado global. • Analizar en mercado • Diferenciar las necesidades de los distintos rangos etarios y demográficos. • Definir la estrategia a llevar a través de la información entregada por la investigación y el posicionamiento del producto. • Investigación de mercado: Sistema de información de marketing (MIS), fuentes de información; El proceso de investigación de marketing. • Mercados de consumo: comportamiento del consumidor y proceso de toma de decisiones. <p>UNIDAD II: ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y MARCAS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia central • Segmentación de mercados, focalización, diferenciación y posicionamiento. • Estrategia competitiva: Porter; análisis de la competencia; Estrategias competitivas. • Marketing relacional: niveles de relación, gestión de la relación con el cliente (CRM). • Producto y estrategias de marca: decisiones de producto; construyendo marcas fuertes. • Desarrollo de nuevos productos y estrategias

Geulor R. Ruiz

[Signature]

[Signature]



<p>3. Diseñar un plan de marketing Justificando elementos del marketing mix para su posterior uso y aplicación en el proyecto real, definiendo los precios de sus productos, además de los canales y estrategias de promoción y comunicación.</p>	<p>de ciclo de vida del producto.</p> <ul style="list-style-type: none">• Servicios: estrategias de marketing para servicios.• Diferenciar que tipo de producto deseamos explotar y que servicios anexos podemos desarrollar con el fin de crear una marca perdurable.• Como desarrollar un nuevo producto y potenciar su ciclo de vida.• Cuando y como expandir una marca y llevarla a venta online. <p>UNIDAD II: PROMOCIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Comunicaciones integradas de marketing: publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas, ventas personales, marketing directo.• Comunicación efectiva: público objetivo; diseño de mensaje; elección de los medios Influencias de las nuevas tecnologías y prácticas de marketing: oportunidades brindadas por las nuevas tecnologías para atraer, retener y desarrollar clientes.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



I.- IDENTIFICACIÓN

Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera

Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios

Nombre: Revenue Management

Código: IAHN018

Periodo: Sexto Semestre

Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales

Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN025 Gestión de Ingresos y Ventas	IAHN015: Informática Aplicada al Turismo y Estadísticas Hoteleras	

II.- CARGA ACADÉMICA

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3,75	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	9,75	
Créditos	6	

III.- DESCRIPCIÓN

Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía" específicamente en el Resultado de aprendizaje:

RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.

RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.

Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

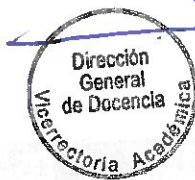
responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el sexto semestre de la carrera de ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico y debe ser dictada en idioma inglés. Permite a los alumnos obtener conocimientos para elaborar estrategias que permitan la optimización de ingresos de habitaciones de un recinto hotelero, anticipándose al comportamiento del mercado.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
1.- Relacionar la importancia de la gestión de ingresos y cuantificar e interpretar los índices del comportamiento de mercado.	UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A REVENUE MANAGEMENT E INDICADORES <ul style="list-style-type: none"> Definición del Revenue Management, importancia y relación con otras áreas Indicadores del Revenue Management: Ocupación, Revpar, Goppar, ADR Ejercicios y casos considerando los indicadores.
2.- Comparar la oferta y demanda hotelera, justificando la asignación de precios en base al valor y al marketing mix	UNIDAD II: ANALISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA HOTELERA EN LA DETERMINACIÓN DE PRECIOS <ul style="list-style-type: none"> Revisión del STAR Report. Determinación e interpretación del MPI, ARI y RGI. Valor agregado, propuesta de valor, relación precio calidad. Estrategia de precios Determinación de precio por tipo de cliente para un mismo producto (Desplazamiento).
3.- Generar estrategias por canales de Distribución para el rubro de la hotelería	UNIDAD III: CANALES DE DISTRIBUCION <ul style="list-style-type: none"> Canales de distribución OTAS y Metasearch
4.- Elaborar el Presupuesto Anual de Ventas de un hotel.	UNIDAD IV: PRESUPUESTO DE VENTAS DE HABITACIONES <ul style="list-style-type: none"> Proyección de la Demanda por segmento. Análisis por temporada y eventos. Aplicación del presupuesto en el Proyecto IP.

Genela R. F. [Signature]



[Signature]



I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería Administración Hotelera internacional		
Unidad responsable: Escuela de turismo y hotelería, facultad de economía y negocios.		
Nombre: Human Resources in Hospitality		
Código: IAHN019		
Periodo: Sexto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos: IAHN010 Liderazgo y Trabajo en Equipo	Co - Requisitos:
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	9	
Créditos	5	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía" específicamente en el Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.</p> <p>Human Resources in Hospitality, forma parte del sexto semestre de la carrera de Ingeniería</p>		

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]




[Handwritten signature]

Administración Hotelera internacional, es de carácter teórico y debe ser dictada en idioma Inglés. En este curso los estudiantes aprenderán las funciones del departamento de recursos humanos y el concepto del rol de apoyo a la gestión de líneas. Los estudiantes estarán expuestos a una variedad de teorías contemporáneas de gestión de recursos humanos generando puntos de vista relativos al aprendizaje adquirido, utilizando sus experiencias laborales previas y su experiencia cultural como herramientas analíticas.

IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<p>1.- Diferenciar las fortalezas y debilidades asociadas con la evolución de las filosofías de gestión de personas e ilustre la importancia de adoptar un enfoque de gestión de recursos humanos estratégicos.</p> <p>2.- Relacionar la gestión de recursos humanos comprendiendo procesos de la planificación, el reclutamiento y las herramientas y teorías motivacionales.</p> <p>3.- Demostrar habilidades de asimilación, organización, conducción y seguimiento de una entrevista de reclutamiento.</p> <p>4.- Justificar el impacto de la aplicación prácticas contemporáneas de gestión de recursos humanos considerando entornos étnicos</p>	<p>UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LOS RECURSOS HUMANOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentar el papel y la función del departamento de recursos humanos. • Desafío competitivo y gestión de recursos humanos. • Entorno legal • Identificar buenas y malas prácticas desarrolladas en el ámbito laboral. <p>UNIDAD II: PLANIFICACIÓN Y GESTION DE RECURSOS HUMANOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación estratégica y gestión de recursos humanos. • Análisis de los puestos de trabajo, descripción del trabajo y de empleo y especificación de la persona. • Reclutamiento • Teorías de la motivación (intrínseca y extrínseca) • La planificación de la entrevista • secuencia lógica. <p>UNIDAD III: PROCESOS DE SELECCIÓN DE PERSONAL.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proceso de entrevista • Selección de personal, y las estrategias para la selección. • Diferentes métodos de selección. • Contrato de empleo • Termino del contrato de trabajo • Evaluando el desempeño de los empleados • Valoración: propósitos y Métodos. <p>UNIDAD IV: GESTION Y DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo organizacional

Peela Siqueira



[Handwritten signature]



Universidad
Andrés Bello®

diversos, las características de las culturas nacionales y globales dentro del ámbito hotelero.

- Igualdad de Oportunidades en el Empleo
- Gestión de la compensación
- Sistemas de evaluación de puestos
- Igualdad de salarios
- Beneficios
- Rotación
- Ampliación y enriquecimiento (desarrollo organizacional).
- Ausencia de gestión
- Revisión laboral
- Formación

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Turismo y Hotelería		
Unidad responsable: Departamento de Inglés		
Nombre: English for Tourism and Hospitality III		
Código: ING335		
Periodo: Sexto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: HUMANIDADES Y ARTES: Lenguas y Culturas Extranjeras e Interpretación y Traducción		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
ING425 English for Tourism and Hospitality IV	ING325 English for Tourism and Hospitality II	
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	6	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	12	
Créditos	7	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Perfil de Egreso de la Carrera en el ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, específicamente en el siguiente resultado de aprendizaje: RA3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés. Además, tributa al ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, del perfil de egreso, específicamente en su resultado de aprendizaje: R.A.3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés. Curso, que sienta las bases para la adquisición de las competencias lingüísticas del nivel B1+ del Marco Común Europeo de las Lenguas. Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de comunicarse efectiva y naturalmente, en forma oral y escrita, en ámbitos relacionados con el área de la industria hotelera y negocios.</p>		

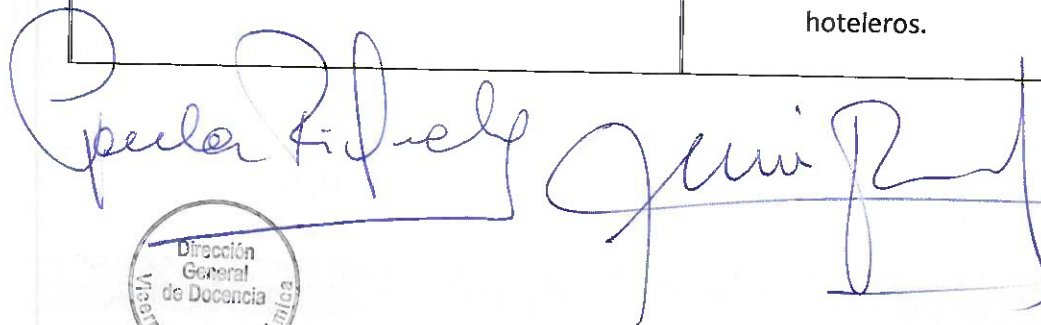
[Handwritten signature]

[Handwritten signature]





IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<p>1. Utilizar vocabulario y estructuras gramaticales relacionadas con el trabajo realizado por los guías turísticos y administradores hoteleros, identificando tendencias globales en forma oral y escrita.</p> <p>2. Utilizar vocabulario y estructuras gramaticales relacionadas con el mundo de las aerolíneas en forma oral y escrita.</p> <p>3. Utilizar vocabulario y estructuras gramaticales relacionadas con el área de restaurant en la industria hotelera, en forma oral y escrita.</p> <p>4. Utilizar vocabulario y estructuras gramaticales relacionadas con los servicios hoteleros en forma oral y escrita.</p>	<p>1. UNIDAD I: "TOUR MANAGERS AND GUIDES"</p> <ul style="list-style-type: none">- Verbos especiales- Vocabulario relacionado con el trabajo de guías turísticos y administradores hoteleros. <p>2. UNIDAD II: "AIR FLIGHT SERVICES"</p> <ul style="list-style-type: none">- Adjetivos para describir procesos en una línea área.- Vocabulario referido a servicios entregados en aerolíneas. <p>3. UNIDAD II: "FOOD AND BEVERAGES"</p> <ul style="list-style-type: none">- Cuantificadores (contables – no contables)- Vocabulario referido a comidas y bebestibles <p>4. UNIDAD II: "HOTEL SERVICES"</p> <ul style="list-style-type: none">- Revisión tiempos verbales y estructuras gramaticales- Vocabulario referido a servicios hoteleros.







I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelaría, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Gestión de Congresos y Eventos		
Código: IAHN020		
Periodo: Séptimo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN023 Gestión de Servicio al Cliente	IAHN016 Food and Beverage Management	
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	2,25	8,25
Ayudantía		
Laboratorio	0,75	
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	11,25	
Créditos	8	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelaría y Gastronomía" específicamente en el Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando</p>		

Geela K. Puel

[Signature]



de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el séptimo semestre de la carrera de ingeniería en administración hotelera internacional, es de carácter teórico / práctico y permite a los alumnos obtener conocimientos, habilidades y destrezas técnicas necesarias para planificar y organizar diferentes tipos de eventos, que involucren producción gastronómica y prestación de servicios, manteniendo altos estándares de calidad y adaptando éstos de forma integral a las necesidades, requerimientos e infraestructura de la empresa o institución que solicite sus servicios.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Relacionar la calidad de los materiales y equipos necesarios para un evento, cuantificando su demanda de acuerdo a cada tipo de evento.</p> <p>2.- Organizar la brigada de banquetes considerando diferentes tipos actividades a desarrollar de acuerdo a cada tipo de evento, adecuando estas a las necesidades del cliente.</p> <p>3.- Justificar cada etapa de un evento, considerando el proceso de adquisición, costo de los insumos, el marketing y la difusión cada tipo de manifestación.</p>	<p>UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LOS BANQUETES Y PUESTA A PUNTO DE INSTALACIONES Y EQUIPOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características de los diferentes tipos de eventos y Manifestaciones • Clasificación de los banquetes por tipo de evento, duración y contenido. • Conocimiento de materiales utilizados en eventos. • Equipamiento de cocina utilizado en banquetes y catering. <p>UNIDAD II: ORGANIZACIÓN DE LA BRIGADA DE BANQUETES.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perfil de la brigada de banquetes. • Organigrama de una empresa de banquetes y catering. • Funciones generales y funciones específicas de cada cargo. <p>UNIDAD III: PLANIFICACIÓN, COSTEO DE UN EVENTO Y COMERCIALIZACIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación del cálculo de material necesario según tipo de manifestación. • Calculo de uso de superficies de acuerdo a diferentes tipos de eventos. • Listados de proveedores y procedimiento de solicitud de cotizaciones. • Manejo de listados de precios y negociación con los proveedores. • Ficha técnica de bar y Ficha técnica de cocina. • Cálculo del costo de mano de obra de un evento. • Costeo de un evento Global.

[Handwritten signature]
 Dirección General de Docencia
 Vicerrectoría Académica

[Handwritten initials]

[Handwritten signature]

<p>4.- Desarrollar técnicas de producción y servicio en un evento, comprendiendo cada etapa del proceso, respetando aspectos nutricionales y las normas vigentes de manipulación de los alimentos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing, difusión y comercialización de un evento. <p>UNIDAD IV: PRODUCCIÓN Y SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, DE ACUERDO A NORMAS DE PROTOCOLO ESTABLECIDAS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividades de Pre servicio (mise en place: Repaso y abrillantamiento de material). • Planificación del pedido de insumos. • Recepción de mercaderías e implementación de estaciones de trabajo • Protocolo utilizado en eventos y banquetes. • Definición del menú y fijación de precios • Características del contrato utilizado para eventos y banquetes.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Guillermo Riquelme



tm



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Comercio Electrónico		
Código: IAHN021		
Periodo: Séptimo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar: IAHN024 Transformación Digital y Modelos de Negocios IAHN026 Taller de Marketing Turístico	Requisitos previos: IAHN017 Marketing	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3,0	8,25
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	1,5	
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	12,75	
Créditos	8	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito II del perfil de egreso "Gestión de los Recursos Organizacionales" específicamente en el Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.</p> <p>RA3: Crear herramientas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p>		

Paula K. Puello

José María



RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el séptimo semestre de la carrera de Ingeniería Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico / práctico y permite a los alumnos obtener conocimientos, habilidades y destrezas técnicas necesarias para entender sobre el mundo digital y el desarrollo de negocios electrónicos a través de Internet y otros medios electrónicos además de prepararlo para incorporarse como un profesional capacitado en la comprensión, desarrollo y aplicación de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC).

En particular, el curso está diseñado para aquellas personas que por su desempeño laboral o formación profesional, deben utilizar las tecnologías para el desarrollo de su negocio.

La asignatura permitirá a los estudiantes reconocer las particularidades de los negocios y transacciones electrónicas, poner en práctica los nuevos conocimientos y herramientas de evaluación técnica y financiera adquiridos. Esto, junto con las materias vistas en cursos anteriores, permitirá al estudiante realizar una adecuada mezcla de mercadotecnia electrónica aplicada a los productos (bienes y servicios) para poder desarrollarlos de manera efectiva tanto para beneficio de otros como personales en caso de desear emprender.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Deducir la aplicabilidad de Internet en el área de marketing de la empresa, relacionando conceptos y valorando el uso de esta tecnología como canal primario de los negocios de una empresa.</p> <p>2.- Justificar modelos de negocios, relacionando la realidad empresarial con los elementos estratégicos diferenciadores de un proyecto tecnológico.</p>	<p>UNIDAD I: EL MUNDO DE LA INTERNET Y SUS PARTICULARIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Naturaleza y propósito de Internet y sus particularidades. • Nacimiento y su desarrollo hasta hoy, pasado, presente y futuro de Internet. • Las diferencias técnicas y operativas que se han ido generando en distintos sectores industriales, hacer negocios antes y ahora basado en Internet y medios electrónicos. • Valoración de Internet para el área de marketing de una empresa. • Reconocer a la internet como canal primario de negocios <p>UNIDAD II: TÓPICOS LEGALES Y TECNOLÓGICOS EN E-COMMERCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Legislación vigente en relación a los negocios y medios electrónicos • Legislación e importancia de la firma electrónica y facturas electrónicas • Implicancias comerciales y legales de las operaciones electrónicas a nivel nacional e internacional entregando ejemplos de estas.

Peela R. P. J.

Javier P.





3.- Argumentar distintas realidades y escenarios posibles donde implementar cada tipo de negocio y sus características, relacionando el marketing tradicional aplicado a negocios electrónicos.

4.- Diseñar un plan de negocios identificando adecuadamente su target y necesidades, aplicando conceptos propios del Marketing Mix electrónico.

- Operación de sistema cliente servidor en Internet
- Aspectos sobre los dominios y direcciones IP
- Relación entre los visualizadores (Browsers) y código HTML y derivados
- Estructura de movimiento de correos electrónicos.
- El alumno logra identificar modelo de negocio del proyecto final y trabaja relacionando temas del curso con la realidad empresarial que está trabajando.
- Logra avanzar en su proyecto e incorpora elementos estratégicos diferenciadores

UNIDAD III: MODELOS DE NEGOCIOS ELECTRÓNICOS Y ESTRUCTURAS DE SITIOS WEB EMPRESARIALES

- Modelos de negocios tradicionales y electrónicos, aplicación del modelo de Canvas, B2B, B2C, C2C, P2P, B2G, C2G, M2M, etc.
- Lenguajes de programación para el diseño y fabricación de páginas web empresariales, entre ellos la programación HTML y HTML5
- Momentos de verdad y matrices estratégicas
- Como construir un sitio web transaccional para el proyecto digital definitivo.
- Análisis externo e interno
- Temas de marketing básicos: cadena de valor y suministro, matriz crecimiento-participación, ciclo de vida del producto.

UNIDAD IV: MARKETING MIX ELECTRÓNICO

- Desarrollo de Consumidores electrónicos
- Desarrollo de productos como bienes y servicios asociados a necesidades, definición de precios competitivos, entrega *just-in-time* y desarrolla campañas promocionales efectivas
- Google analytics
- Gestión de Productos electrónicos, precios electrónicos y distribución electrónica (Plaza)
- La comunicación electrónica (Promoción) y

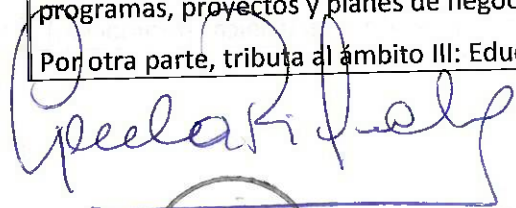
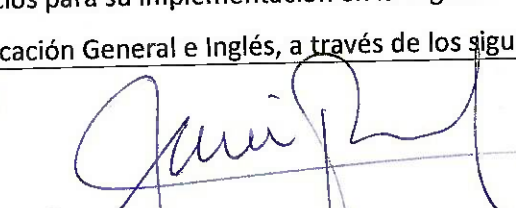
Peela Riquelme



Guerra

	como gestionarla. • Mercadotecnia electrónica • Segmentación y posicionamiento electrónico • Aplicación de conceptos en un proyecto desarrollado por los alumnos.
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Emprendimiento y Evaluación de Proyectos Turísticos.		
Código: IAHN022		
Periodo: Séptimo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN027 Integrador II: Seminario de Grado	IAHN014 Gestión y Finanzas Hoteleras	
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3,75	8,25
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	1,5	
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	13,5	
Créditos	8	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía" específicamente en los Resultados de aprendizaje:</p> <p>RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.</p> <p>RA5: Diseñar estrategias y políticas para la organización y su estructura administrativa, elaborando programas, proyectos y planes de negocios para su implementación en la organización.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados</p>		





de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el séptimo semestre de la carrera de Ingeniería Administración Hotelera Internacional y permite al estudiante desarrollar la capacidad de visión del negocio en una perspectiva de largo plazo, y en el contexto de un entorno cambiante, asumiendo desde el rol de emprendedor de una empresa hotelera la creación de su propia empresa o bien asumiendo dicha actitud. Para ello se entregarán los antecedentes y conceptos para el desarrollo de ideas de proyectos y negocios, la puesta en marcha de empresas el diseño y realización del plan de negocios. Además, este curso permitirá desarrollar la capacidad de análisis financiero para evaluar la mejor alternativa de financiamiento de un proyecto y la viabilidad de la idea de negocio.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS

1. Utilizar herramientas que permitan tomar decisiones en el ámbito del emprendimiento, siguiendo una metodología propia de la disciplina.
2. Argumentar los conceptos fundamentales de la preparación de la evaluación privada de proyectos. Comprender las etapas del proceso de evaluación de proyectos.
3. Justificar a través del análisis financiero la mejor alternativa del proyecto evaluado, utilizando las principales herramientas técnicas de la disciplina.

V.- CONTENIDOS

UNIDAD I: Plan de Negocios

- Conceptos y Objetivos
- Elementos del plan de negocios
- Proceso de creación de una empresa.
- La decisión de crear la empresa propia.
- Alternativas de Financiamiento

UNIDAD II: Preparación de Proyectos de Emprendimiento.

- Flujo de Caja
- Técnicas de proyección cuantitativas.
- Técnicas de proyección cualitativas
- Estimación de los ingresos del proyecto.
- Estimación de los costos del proyecto.

UNIDAD III: Estructura Financiera

- Inversión del proyecto.
- Capital de trabajo
- Valor residual del proyecto.
- Determinación de la tasa del proyecto.
- Costos de los fondos externos y

Pedro Ribera



[Signature]

<p>4. Desarrollar la evaluación de un proyecto del rubro de la hotelería y el turismo, contemplando la planificación de los recursos financieros para una correcta toma de decisiones y análisis de la viabilidad del negocio.</p>	<p>propios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • CAPM <p>UNIDAD IV: Evaluación de proyectos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Criterios de evaluación de proyectos. • Elección entre proyectos. • Opciones en un proyecto. • Optimización de proyectos. • Análisis de sensibilidad.
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Handwritten signature

Paula Riquelme



Handwritten signature



I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Turismo y Hotelería		
Unidad responsable: Departamento de Inglés		
Nombre: English for Tourism and Hospitality IV		
Código: ING425		
Periodo: Séptimo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: HUMANIDADES Y ARTES: Lenguas y Culturas Extranjeras e Interpretación y Traducción		
Requisito para cursar:	Requisitos previos: ING335 English for Tourism and Hospitality III	Co - Requisitos:
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	4,5	4,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	9	
Créditos	5	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Perfil de Egreso de la Carrera en el ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, específicamente en el siguiente resultado de aprendizaje: RA3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés. Además, tributa al ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, del perfil de egreso, específicamente en su resultado de aprendizaje: R.A.3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés. Curso de carácter introductorio, que sienta las bases para la adquisición de las competencias lingüísticas del nivel B2 del Marco Común Europeo de las Lenguas. Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de comunicarse efectiva y naturalmente, en forma oral y escrita, en ámbitos relacionados con el área de la industria hotelera y negocios.</p>		

Paula R. Puello

[Signature]

[Signature]



IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar estructuras y vocabulario referido a la industria hotelera en forma oral y escrita. 2. Utilizar estructuras y vocabulario referido a la infraestructura y tecnología de las aerolíneas en forma oral y escrita. 3. Utilizar estructuras y vocabulario referido al área de restaurantes en forma oral y escrita 4. Utilizar estructuras y vocabulario referido a experiencias de viaje en la industria hotelera en forma oral y escrita. 5. Utilizar estructuras y vocabulario referido a la personalización de la experiencia de viaje en la industria hotelera en forma oral y escrita 6. Utilizar estructuras y vocabulario referido a la fidelización del cliente en la industria hotelera en forma oral y escrita. 7. Utilizar estructuras y vocabulario referido al uso de tecnologías en el transporte en la industria hotelera en forma oral y escrita 8. Utilizar estructuras y vocabulario referido a la importancia del factor humano en la industria hotelera en forma oral y escrita. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. UNIDAD I: "HOSPITALITY: HURDLES ON THE TRACK TO GROWTH" - El desarrollo de la industria hotelera. 2. UNIDAD II: "AIRLINES: INVESTING IN THE FUTURE OF FLIGHT" - Infraestructura y tecnología utilizada en las aerolíneas. 3. UNIDAD III: "RESTAURANTS: DRIVING SUCCESS IN A NEW ERA OF COMPETITION" - El éxito en la era de la competencia en restaurantes. 4. UNIDAD IV: "BUILDING BIGGER ECOSYSTEMS: UNLOCKING THE POWER OF ADJACENT SPACES" - La experiencia de viaje en su totalidad. 5. UNIDAD V: "THE PATH FORWARD: DATA-CENTRIC PERSONALIZATION" - Experiencias personalizadas en la industria hotelera. 6. UNIDAD VI: "THE BATTLE FOR THE CUSTOMER" - La batalla por el cliente. 7. UNIDAD VII: "GROUND TRANSPORTATION: IMPLICATONS FAR BEYOND TRAVEL" - La innovación en el transporte. 8. UNIDAD VIII: "THE HUMAN ELEMENT OF THE TRAVEL EXPERIENCE" - La importancia del factor humano.

Paula Riquelme

Juan Pablo



DM



Universidad
Andrés Bello®

I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Dirección de Educación General		
Nombre: Pensamiento Crítico		
Código: CEGPC13		
Periodo: Semestral		
Área de Conocimiento UNESCO: Área Humanidades y Artes - Sub Área Humanidades (22)		
Requisito para cursar: CEGRS14 Responsabilidad Social	Requisitos previos: CEGCT12 Razonamiento Científico y Tecnologías de Información	Co - Requisitos: No tiene
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico		
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	1,5	2,25
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	3,75	
Créditos	2	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>El curso del área Pensamiento Crítico de la Universidad Andrés Bello busca estimular en los alumnos habilidades relacionados con el razonamiento, el uso de la lógica y la argumentación, entre otros. Su formación contempla el desarrollo del Resultado de Aprendizaje de Formación General "Desarrollar el pensamiento crítico a través de la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias". Lo anterior se enmarca en el programa de Educación general de la UNAB que tiene por objetivo, dotar a los estudiantes de habilidades de formación transferibles a cualquier área disciplinar.</p>		

[Handwritten signature]
 Dirección General de Docencia
 Vicerrectoría Académica

[Handwritten signature]

UNIVERSIDAD ACREDITADA
 Comisión Nacional de Acreditación
 Por 4 años hasta diciembre 2021

LCHE MSA
 Middle States Commission on Higher Education
 3624 Market Street
 Philadelphia, PA 19104-2680
 UNIVERSIDAD ACREDITADA 2015 - 2020



Formar Transformar⁹⁹

IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<p>AE 1.- Aplicar estándares de pensamiento crítico, con estricta lógica, formal y material, para analizar en profundidad y con rigurosidad los fenómenos del entorno.</p> <p>AE 2.- Elaborar juicios y argumentos propios, acorde al modelo de Argumentación de Toulmin, basándose en el análisis de los argumentos que sustentan la información.</p> <p>AE 3.- Evaluar el pensamiento, propio y ajeno, a través de un método basado en criterios, hechos y evidencia objetiva, según estándares y valores intelectuales, distinguiendo argumentos razonables de falacias, sofismas, prejuicios y simples opiniones.</p> <p>AE 4.- Preguntar críticamente, usando el cuestionamiento sistemático y analítico como medio para disciplinar el pensamiento y el aprendizaje.</p>	<p>UNIDAD I: PENSAMIENTO CRÍTICO</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es el Pensamiento Crítico? - Elementos del Pensamiento. - Estándares Intelectuales. - Virtudes Intelectuales. <p>UNIDAD II: ARGUMENTACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es un argumento? - Diferencia entre argumento y opinión. - Modelos de Argumentación: ARE. <p>UNIDAD III: REFUTACIÓN Y FALACIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Modelos de Refutación. - Técnicas de Refutación. - Falacias más comunes. <p>UNIDAD IV: TEMAS APLICADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Temáticas específicas de actualidad a las que aplicar el Pensamiento Crítico.

Geula R. Helf

Geni Prof.



DM



Universidad
Andrés Bello®

I.- IDENTIFICACIÓN

Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional

Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios

Nombre: Gestión de Servicio al Cliente

Código: IAHN023

Periodo: Octavo Semestre

Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales

Requisito para cursar:

Requisitos previos:

Co - Requisitos:

IAHN020 Gestión de Congresos y Eventos

II.- CARGA ACADÉMICA

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	4,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	7,5	
Créditos	5	

III.- DESCRIPCIÓN

Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía" específicamente en el Resultado de aprendizaje:

RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.

RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.

RA5: Diseñar estrategias y políticas para la organización y su estructura administrativa, elaborando programas, proyectos y planes de negocios para su implementación en la organización.

A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de

[Handwritten signatures and stamps]

Dirección General de Docencia
Vice Rectoría Académica

UNIVERSIDAD ACREDITADA
 ANAC
 Gestión Institucional
 Docencia de Pregrado
 Investigación
 Vinculación con el Medio
 Por 4 años hasta diciembre 2021

LCHE MSA
 Middle States Commission on Higher Education
 3624 Market Street
 Philadelphia, PA 19104-2680
 UNIVERSIDAD ACREDITADA 2015 - 2020

CHEA
 International Quality

Formar Transformar

responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el octavo semestre de la carrera de Ingeniería en administración hotelera internacional, es de carácter teórico y permite a los alumnos obtener los conocimientos, las habilidades y las destrezas técnicas necesarias para liderar diferentes tipos de empresas que involucren servicios y productos hoteleros, proponiendo estándares de evaluación y control de la calidad de cada uno de los procesos propios de la gestión, considerando la forma adecuada de gestionar la calidad en función a las metas y objetivos fijados en la empresa donde el profesional de esta carrera preste sus servicios.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Analizar la importancia de los modelos de calidad contemplando aspectos relativos a la gestión y control de costos, considerando aspectos logísticos y tributarios vigentes.</p> <p>2.- Diseñar estrategias de servicio al cliente en el proceso de creación de valor y en la gestión de las comunicaciones de la empresa.</p>	<p>UNIDAD I: MODELOS DE CALIDAD Y MEJORAMIENTO CONTINUO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de control de la calidad en los procesos. • El servicio como elemento diferenciador y de fidelización. • Control de costo M.P. en una empresa gastronómica. • Indicadores de productividad y rentabilidad. • La gestión de la calidad y el servicio al cliente a través de los principales modelos de calidad. • Importancia del Benchmarking en las empresas basadas en el cliente. <p>UNIDAD II: ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing de experiencias y cambio de paradigma centrado en el producto. • La experiencia cliente desde la perspectiva de la marca del producto o servicio. • La innovación en la creación y gestión de experiencias. • Estrategias de fidelización del cliente. • La experiencia del cliente desde el punto de vista online e informático (CRM & ERP) y la integración multicanal. • El contact center en la experiencia del cliente y en la post venta.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]



3.- Evaluar el proceso de servicio al cliente y contemplando la importancia del personal en la fidelización del cliente.

4.- Crear una propuesta de capacitación, para un grupo de personas que desarrollen sus actividades en el área de servicio al cliente, utilizando el método TWI, analizando los resultados obtenidos.

UNIDAD III: EVALUACIÓN Y CONTROL DE LA CALIDAD.

- Herramientas y fórmulas de medición existentes para evaluar la experiencia del cliente.
- Dimensiones de Calidad y Método NPS.
- Aplicación de encuestas en el Método NPS.
- Sistemas de evaluación en el área servicio al cliente.
- Impacto de la Gestión de Servicio al Cliente en el Valor de la Compañía.

UNIDAD IV: ENTRENAMIENTO, CAPACITACIÓN Y MOTIVACIÓN DEL PERSONAL.

- El rol del empleado en la experiencia del cliente.
 - Participación e involucramiento del personal en el servicio al cliente.
 - Técnicas de entrenamiento y de motivación para el recurso humano.
 - Método de capacitación TWI (Modelo Training Within Industry).
 - Desarrollo de capacitaciones basadas en el modelo TWI.
- Análisis de los resultados y propuestas de mejoras.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]




[Handwritten signature]

I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional.		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Transformación digital y Modelos de negocios.		
Código: IAHN024		
Periodo: Octavo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos: IAHN021 Comercio electrónico	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	2,25	4,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	1,5	
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	8,25	
Créditos	5	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito II del perfil de egreso "Gestión de los recursos organizacionales", específicamente en los Resultados de aprendizaje:</p> <p>RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, (inclusión), emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.</p> <p>RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.</p> <p>RA3: Crear herramientas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.</p> <p>A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a</p>		

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]



enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el octavo semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico/práctico y entrega al alumno herramientas analíticas y conceptuales que apoyen la integración de tecnología en los procesos de una empresa turística, la innovación de productos y/o servicios, la adaptación y elaboración de estrategias, y la reestructuración de su modelo de negocios.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Relacionar cómo la transformación digital impacta en el nivel de competitividad que tiene una empresa turística en el mercado, reconociendo la funcionalidad de las tecnologías especializadas en el sector turístico.</p> <p>2.- Justificar el grado de madurez tecnológica de una empresa turística, evaluando aspectos a intervenir y desarrollando soluciones acordes a la necesidad detectada.</p>	<p>UNIDAD I: QUÉ ES LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Globalización y avance tecnológico. <ul style="list-style-type: none"> ○ Tecnología actual en el turismo. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Big Data. ▪ Inteligencia artificial. ▪ Machine learning. ▪ Blockchain. ▪ Internet de las cosas. ○ Funciones y beneficios que trae a la empresa. • Áreas en dónde impacta la integración de tecnología. • Beneficios y problemas. • Madurez tecnológica de una empresa. • Tecnologías especializadas y adaptadas para la industria turística. <p>UNIDAD II: HERRAMIENTAS PARA LA EVALUACIÓN INTERNA DE LA EMPRESA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnósticos de madurez tecnológica. <ul style="list-style-type: none"> ○ Infraestructura física y lógica. ○ RR.HH. ○ Procesos. ○ Estrategias. • Evaluación de procedimientos a través de flujos de trabajo. • Dashboards para medir y controlar objetivos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Business Intelligence.

[Handwritten signature]
Dirección General de Docencia
Vicerrectoría Académica

[Handwritten signature]

3.- Construir un plan de integración tecnológica que ayude a mejorar la competitividad que tiene una empresa en el mercado.

- Fuentes de datos.
- Recolección de datos.
- Relación datos empresa / consumidor.
- Evaluación del modelo de negocios.
 - Estructura general.
 - Comportamiento del consumidor.
- Reestructuración del modelo de negocios con la estrategia del Océano Azul.

UNIDAD III: ELABORACIÓN DE UN PLAN DE INTEGRACIÓN TECNOLÓGICA.

- Análisis del diagnóstico de madurez tecnológica de una empresa.
- Definición de puntos críticos.
- Determinar los aspectos que se intervendrán.
- Definición de objetivos que persigue la integración tecnológica.
- Planificación de la integración.
- Metodologías de seguimiento.

Yvela Riquelme



YDR

José Juan



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional.		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Gestión de Ingresos y Ventas.		
Código: IAHN025		
Periodo: Octavo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos: IAHN018 Revenue Management	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	3,75
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	6,75	
Créditos	4	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso: "Gestión y Dirección estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía". específicamente en los Resultados de aprendizaje:</p> <p>RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.</p> <p>RA5: Diseñar estrategias y políticas para la organización y su estructura administrativa, elaborando programas, proyectos y planes de negocios para su implementación en la organización.</p> <p>A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando</p>		

[Handwritten signatures and stamps]

[Circular stamp: Dirección General de Docencia, Vicerrectoría Académica]

de forma eficaz las tecnologías de la información.

Este curso se imparte en el octavo semestre de la carrera Ingeniería en Administración Hotelera Internacional y tiene el propósito de entregar a los alumnos los conceptos fundamentales de estrategias y técnicas de ventas y gestión de ingresos e introduce al alumno en el manejo de herramientas de análisis cuantitativo y cualitativo de rendimientos y precios para la operación hotelera.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Deducir los principales conceptos relacionados con las ventas.</p> <p>2- Relacionar las características de un vendedor y la organización de los equipos de ventas.</p>	<p>UNIDAD I: INTRODUCCION A LAS VENTAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Las Ventas a través del tiempo• Técnicas de Venta• Estrategias de Venta• Tipos de Venta• Técnicas, estrategias y tipos de venta al sector hotelero.• Valor Agregado del vendedor en el proceso comercial. Perfil y motivación de los vendedores exitosos.• Desde la prospección hasta la primera reunión. Reconociendo los estilos de los clientes.• Presentación de beneficios y atención de objeciones.• Los distintos tipos de cierre en ventas. <p>UNIDAD II: LA IMPORTANCIA DE LAS VENTAS PARA EL HOTEL, CLIENTE Y PRODUCTOS.</p> <ul style="list-style-type: none">• Comprender el desarrollo de SPIN Y AIDA en base a ejemplos textuales y audio visuales.• Aplicar el SPIN y AIDA a las ventas Hoteleras presentando ejemplos escritos y realizando juego de Roles.• Comprender el modelo de estrategias de venta con foco en el cliente.• Aplicar el modelo de estrategia de ventas con foco en el cliente dentro del rubro de la hotelería.• Las ventas después de la venta Implementación / Cross Selling / Up selling

Paula R. Juelo
DM



Javier P...



3- Argumentar los conceptos, procesos, técnicas e ingreso de tarifas en las ventas del sector Hotelero.

4.- Diseñar el plan y presupuesto de ventas en una empresa de alojamiento turístico.

- Supervisión. El control de la gestión del vendedor. Coaching / Reconocimientos / Reuniones de ventas.

UNIDAD III: GESTION DE LAS VENTAS EN UN HOTEL.

- Analizar los datos para la elaboración de la planilla de ingreso de ventas hoteleras.
- Construir la planilla de Ingreso de Ventas.
- Relación de cantidad de habitaciones, tarifa promedio e ingreso diario por departamentos.
- Variación en los porcentajes de ocupación e ingreso semanales, mensuales, y por temporada.

UNIDAD IV: GESTION DE PRESUPUESTO PARA UNA EMPRESA DE ALOJAMIENTO TURISTICO.

RRHH

- Organigrama del departamento de ventas
- Descripción de cargos
- Horarios de trabajo
- Remuneraciones (Estructura del Sueldo)
- Inducción / Capacitaciones

ADMINISTRATIVOS

- Establecer objetivos
- Fijar metas
- Evaluación y Control de la gestión de ventas
- Establecer beneficios e incentivos

EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA

- Espacios Físicos
- Herramientas de trabajo
- Condiciones de uso los recursos materiales y apoyo a la gestión de ventas

IDENTIFICACIÓN DE TIPOS Y NECESIDADES DE CLINTES

- Segmentación de mercado

PROVEEDORES

- Establecer necesidades de apoyo externo
- Características de los proveedores
- Costos asociados a la gestión de apoyo externa. Fijos y Variables).

[Handwritten signature]
 Dirección General de Docencia
 Vicerrectoría Académica

[Handwritten signature]

I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Taller de Marketing Turístico		
Código: IAHN026		
Periodo: Octavo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
	ITHN019 Marketing Turístico	
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	3,75
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	6,75	
Créditos	4	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito II del perfil de egreso de la carrera de Ingeniería en Turismo y Hotelería "Gestión de los Recursos Organizacionales" específicamente en los Resultados de aprendizaje:</p> <p>RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.</p> <p>RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.</p> <p>RA3: Crear herramientas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.</p> <p>A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un</p>		

Peela Kihelo

ADH



Juan Prof



lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el octavo semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico / práctico y permite a los alumnos reforzar y poner en práctica todos los conocimientos, habilidades y destrezas técnicas desarrolladas en cursos anteriores trabajando en un proyecto real o emprendimiento, para el desarrollo de negocios turísticos.

En particular, el curso está diseñado para aquellas personas que por su desempeño laboral o formación profesional, deben realizar evaluaciones de proyectos y gestión de los mismos, ya sea para proyectos propios o para terceros.

La asignatura permitirá a los estudiantes consolidar sus conocimientos y procedimientos de evaluación, gestión comercial y ámbito financiero.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Diferenciar usos del Marketing aplicado en proyectos de emprendimiento y departamentos comerciales de empresas relacionadas a la industria turística, tomando decisiones en base al análisis estratégico.</p>	<p>UNIDAD I: PRESENTACIÓN DE MATRICES Y SUS APLICACIONES, ANÁLISIS INTERNO/EXTERNO, REPASO DE CONCEPTOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Repaso de conceptos, matrices y sus análisis, usos de variadas técnicas y herramientas de marketing, preparación avance 1 de proyectos. • Objetivos del proyecto • Análisis SEPTÉ • Análisis de Atractividad de la Industria • Misión/Visión • Organigrama • Workflow inicial • Análisis FODA, Matriz IE • Matrices EFI, EFE • Cadena de Valor • Plan de Marketing • Detección y presentación de la necesidad • Matriz PEYEA • Variables en la elección primaria de proyectos a través de CASOS y experiencias turísticas, gastronómicas y hoteleras. • Herramientas de análisis numérico.

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

2.- Juzgar elementos del marketing mix para su posterior uso y aplicación en un proyecto real, presentando los posibles escenarios, problemáticas y soluciones.

3.- Justificar un proyecto en cuanto al canal de distribución y las estrategias utilizadas para promocionar y dar a conocer un producto al consumidor final.

4.- Diseñar un plan de acción relacionado con el plan de marketing considerando el plan de financiamiento, sus fuentes y el cómo se lograra

• Marketing de uso estratégico para análisis competitivos.

UNIDAD II: INTRODUCCIÓN AL MARKETING MIX

- Recordatorio de las variables del Mktg Mix
- Consumidor
- Investigación de Mercados
- Producto / Matriz BCG
- Precio, distribución, promociones
- Niveles de producto
- Ciclo de Vida del producto
- Matriz Ansoff y Curvas de Crecimiento
- Definición del Target
- Matriz de productos
- Investigación de mercado formal, encuestas y sus análisis.

Segmentos de mercado meta, mercado potencial y potencial de mercado.

Productos de interés para un target y clasificación de niveles.

Definición de precios, de canales y de estrategias de distribución y de comunicación.

UNIDAD III: PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS Y ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

- Matriz de productos
- Formato de Presentación
- Niveles
- Empaque / Etiqueta
- Detalles (SKU, descripción, color, olor, etc)
- Estrategia de Precio
- Supuestos, Objetivos, Actividades
- Costos, Financiamiento
- Resultados esperados
- Precios, canales y estrategias de distribución
- Estrategias de comunicación.
- Infraestructura tecnológica

UNIDAD IV: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, ANÁLISIS DE INFRAESTRUCTURA TÉCNICA Y EVALUACIÓN DE PROYECTO

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]





Universidad
Andrés Bello®

rentabilizar el proyecto.

- Supuestos, Objetivos, Actividades
- Costos, Financiamiento
- Resultados esperados
- Detalle de IT
- Búsqueda de faltantes
- Inversión asociada a IT
- Financiamiento
- Supuestos y análisis de sensibilidad (-10%, 0%, +10%) en relación con: Costos, Ingresos, Qty de clientes

Paula Riquelme

[Signature]



UNIVERSIDAD ACREDITADA
Campus Nacional de Asesorías
Por 4 años hasta diciembre 2021



Middle States Commission
on Higher Education
3624 Market Street
Philadelphia, PA 19104-2680

UNIVERSIDAD ACREDITADA 2015 - 2020



Formar Transformar

I.- IDENTIFICACIÓN

Carrera: Ingeniería en Turismo y Hotelería

Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios

Nombre: Seminario de Grado

Código: ITHN027

Periodo: Octavo Semestre

Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales

Requisito para cursar: IAHN028 Integrador III: Práctica Administrativa	Requisitos previos: IAHN011 Integrador I: Practica Operativa IAHN013 Investigación e Inteligencia del Mercado Turístico IAHN022 Emprendimiento y Evaluación de Proyectos	Co - Requisitos:
------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------

II.- CARGA ACADÉMICA

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	9
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	2	
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	14	
Créditos	8	

III.- DESCRIPCIÓN

El Integrador II: Seminario de Grado corresponde a una actividad de último semestre. El cual tributa al Ámbito III: Gestión de los Recursos Organizacionales del perfil de egreso y en el desarrollo de los resultados de aprendizaje RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional y RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.

A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]





lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

En el Integrador III, el alumno utilizando como base los conocimientos adquiridos hasta este nivel, junto con la recopilación de antecedentes bibliográficos pertinentes y trabajo práctico, debe elaborar un Plan de Negocios o una Investigación.

IV.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE	V.- HABILIDADES TRANSVERSALES
<p>Ámbito III: Gestión de los Recursos Organizacionales del perfil de egreso y en el desarrollo de los resultados de aprendizaje</p> <p>RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.</p> <p>RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Habilidades Comunicativas. Pensamiento Crítico. Responsabilidad Social. Razonamiento Científico y TICS.

Paula R. Lopez

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Práctica Administrativa		
Código: IAHN028		
Periodo: Octavo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos: IAHN027 Integrador II: Seminario de Grado.	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico		
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno	3	12
Clínico		
Total horas dedicación semanal	15	
Créditos	4	
III.- DESCRIPCIÓN		
El Integrador III: Práctica Profesional Administrativa. tributa a los Ámbitos I y II del perfil de egreso en el desarrollo de los siguientes resultados de aprendizaje:		
Ámbito I: Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía		
RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.		
RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.		
RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.		
RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.		
RA5: Diseñar estrategias y políticas para la organización y su estructura administrativa, elaborando programas, proyectos y planes de negocios para su implementación en la organización.		

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]



Ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales:

RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.

RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.

RA3: Crear herramientas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.

A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

El Integrador III: Práctica Profesional Administrativa, es una asignatura final de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, la cual tiene como objetivo primordial que el alumno pueda aplicar en situaciones concretas de su trabajo, los conocimientos adquiridos durante las asignaturas cursadas hasta el octavo semestre de la carrera. El estudiante de esta forma, se podrá proyectar, estrechando vínculos con los ejecutivos y contactos del sector hotelero, considerando de esta forma el ámbito laboral futuro del alumno y su empleabilidad en el mercado hotelero.

IV.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE	V.- HABILIDADES TRANSVERSALES
<p>Ámbito I: Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía</p> <p>RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.</p> <p>RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.</p> <p>RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y</p>	<p>1. Habilidades Comunicativas.</p> <p>2. Pensamiento Crítico.</p> <p>3. Responsabilidad Social.</p> <p>4. Razonamiento Científico y TICS.</p>

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



[Handwritten signature]

consecuencias de la economía en el turismo.

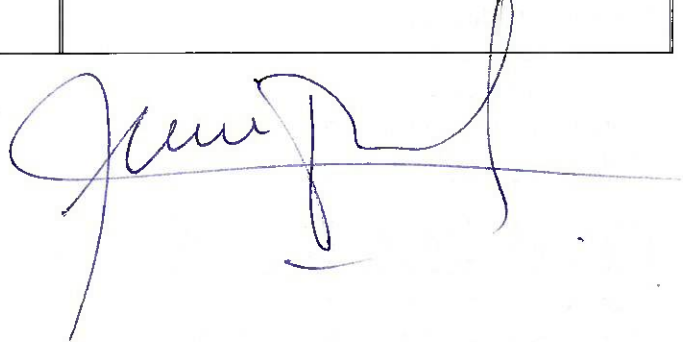

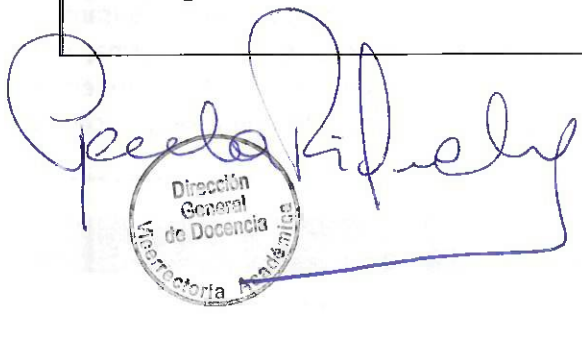
RA5: Diseñar estrategias y políticas para la organización y su estructura administrativa, elaborando programas, proyectos y planes de negocios para su implementación en la organización.

Ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales:

RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.

RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.


RA3: Crear herramientas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.



Anótese y Comuníquese,



FERNANDO AZOFEIFA CASTRO
SECRETARIO GENERAL



JOSÉ RODRÍGUEZ P.
RECTOR





ANEXOS: PROGRAMAS DE ASIGNATURA INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA
INTERNACIONAL

I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional.		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Empresas Hoteleras y Gastronómicas		
Código: IAHN001		
Periodo: Primer Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	6	7,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	13,5	
Créditos	8	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Empresas Hoteleras y Gastronómicas tributa al ámbito I del Perfil de Egreso "Ámbito I: "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía" específicamente en el Resultado de Aprendizaje (R.A):</p> <p>R.A.1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito de Educación General e Inglés, a través del siguiente Resultado de Aprendizaje:</p> <p>R.A.1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p>		



Esta asignatura se dicta en el primer semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico/práctico y permite a los alumnos obtener los conocimientos y las habilidades necesarias para conocer las principales características y legislación vigente en el sector turístico nacional e internacional, contemplando dentro del programa la incorporación de competencias necesarias para el desarrollo de las actividades de supervisión en el área de alimentos y bebidas de un hotel o de una empresa gastronómica contemplando asegurar la satisfacción del cliente a través de un trabajo consecuente, de acuerdo a los estándares de calidad que exige una empresa de servicios hoteleros.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer el concepto de hospitalidad, contemplando la importancia de expresar de manera oral y escrita, con solidez argumentativa ideas o posturas relativas al proceso de atención al cliente los procesos hoteleros y del turismo.</p>	<p>UNIDAD I: HOTELERÍA Y HOSPITALIDAD Organización y estructura de una presentación oral - Argumentativa. El concepto de Hospitalidad y su efecto en las personas. Conceptos relacionados con la hospitalidad, calidad, la ética y la excelencia en el servicio. Manejo del raciocinio y la velocidad de pensamiento. Recursos para una buena comunicación oral, que la disertación sea fluida, interesante y capte la atención del auditorio. Estructura básica de la argumentación. Estructura del modelo A.R.E. (Afirmaciones+ Razones+ Evidencias). Ideas y pensamientos recomendados por los maestros de la calidad (W. Deming, J. Juran, K. Ichikawa, entre otros) para poder transformarse en personas de excelencia y lograr un alto desempeño trabajando en equipo. La calidad en los hoteles La calidad en el siglo XXI Las expectativas y la percepción de la calidad por parte de los clientes. Técnicas y herramientas para la gestión de calidad. Hoja de Inspección y recolección de datos. Diagrama de Pareto Matriz de valoraciones Matriz de criterio Diagrama de Flujo Técnicas para la resolución de problemas. Método para la mejora de procesos Normas ISO</p>





<p>2.- Describir la normativa vigente en los distintos tipos de Alojamiento Turístico vigentes en la actualidad, exponiendo un tema con propiedad lingüística y comunicativa, haciendo uso de tics.</p> <p>3.- Relacionar las áreas, funciones, actividades y servicios desarrollados en una empresa gastronómica.</p>	<p>UNIDAD II: EL ALOJAMIENTO TURÍSTICO Factores de la comunicación oral como el discurso corporal, y otros componentes paralingüísticos. Técnicas básicas de Tics. Temas a exponer de acuerdo a la normativa vigente: Albergues o Refugios, Bed & Breakfast, Apart Hotel, Camping, Centro de Naturaleza, Centros de Esquí, Resort, Departamentos Turísticos, Haciendas o Estancias, Hospedaje Rural, Hostales y Residenciales, Hosterías, Cabañas y Moteles, Hotel Boutique, Termas.</p> <p>UNIDAD III: EL ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS Historia de la gastronomía y del arte de la mesa. Conceptos gastronómicos vigentes en Chile y tipos de cocina: Casera o popular, clásica, La Nouvelle cuisine, Étnica, de fusión, molecular, de autor, de vanguardia. Organigrama de una empresa del rubro gastronómico. Funciones de cada área del restaurante. Descripción de cargos, funciones generales y específicas. Áreas de un restaurante: Cocina, Bar, Comedor, Office, Steward, Bodega, áreas anexas. Flujo Internos: de los clientes, de insumos, del servicio, del personal, de producción y de los desperdicios. Documentos utilizados: La comanda dirigida a cocina, hacia el bar y a la caja, hoja de pedido a bodega, detalle de consumos (Cuenta), inventario de materiales y productos, lay out del salón. Uso y comprensión de documentos utilizados en el comedor de un restaurante. Los diferentes soportes de venta: Carta de alimentos, Carta de vinos, carta de bar, carta de postres, dípticos, trípticos.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



<p>4.- Utilizar técnicas de comunicación y venta de servicios, solucionando problemáticas presentadas, de forma asertiva y respetando los estándares de calidad de la empresa.</p>	<p>Actividades relativas al área de caja: Cuadratura, cierre y entrega de caja, desglose de los ingresos. Registro de las ventas detalladas por cada mesa</p> <p>Formas de pago (tarjetas de crédito y de débito, efectivo, cheque bancario, cheque convenio, otros)</p> <p>Diferentes tipos de servicio a la mesa y sus características.</p> <p>Montaje de una mesa y mise en place.</p> <p>Materiales: cristalería, vajilla, cubertería y mantelería.</p> <p>Servicio de desayunos (laboratorio)</p> <p>Servicio de vinos (Laboratorio)</p> <p>UNIDAD IV: INTRODUCCIÓN A LA VENTA Y A LA CALIDAD DE SERVICIO APLICADA.</p> <p>Funciones de la comunicación no verbal en la intervención humana.</p> <p>La importancia de la palabra en relación a la identidad del ser.</p> <p>Pensar antes de hablar. Somos lo que hablamos y cómo hablamos.</p> <p>Actitud de servicio, recepción de clientes y acogida.</p> <p>Protocolo para restaurantes.</p> <p>Los diferentes tipos de venta: Por búsqueda, de mostrador, sugestivas.</p> <p>Técnicas de ventas utilizadas en alimentos y bebidas.</p> <p>Utilización de un vocabulario técnico y entrenamiento de argumentación comercial verbal.</p> <p>Tratamiento de objeciones al momento de la venta, objeciones verdaderas y falsas.</p> <p>Los diferentes tipos de clientes</p> <p>Iniciación a las técnicas de venta: Acercamiento, acción de venta, cierre de la venta, desarrollo de un proceso de venta simple.</p> <p>Identifica un cliente conflictivo.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------





5.- Redactar textos de forma coherente y clara, usando las normas lingüísticas y sintácticas, gramaticales y ortográficas del idioma.

Describe el Método LEARN (5 pasos)

Reacción ante imprevistos y accidentes.

UNIDAD V: PRODUCCIÓN DE TEXTOS A TRAVÉS DE LA INVESTIGACIÓN DEL DESARROLLO HOTELERO GLOBAL

Los objetivos de la comunicación, y los lectores a los que va dirigido.

Conocimientos básicos de la comunicación lingüística.

Autocorrección sintáctica, ortográfica y gramatical.

Textos a redactar de acuerdo a la normativa vigente: Albergues o Refugios, Bed & Breakfast, Apart Hotel, Camping, Centro de Naturaleza, Centros de Esquí, Resort, Departamentos Turísticos, Haciendas o Estancias, Hospedaje Rural, Hostales y Residenciales, Hosterías, Cabañas y Moteles, Hotel Boutique, Termas

VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

A) Pensamiento Crítico

B) Habilidades Comunicativas

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Para conseguir el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes metodologías educativas:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.
- Pasos Prácticas de tipo inductivo, combinando con exposición de contenidos prácticos a través de las demostraciones realizadas por el docente. Estos pasos prácticos serán desarrollados en un Laboratorio implementado para este fin, con distribución de tareas grupales y responsabilidades individuales, haciendo énfasis en el trabajo en equipo y en la correcta manipulación de los alimentos.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.



Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.

Los talleres y laboratorios desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de los antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia.

C) Cada laboratorio es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los laboratorios será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.

D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Foster, D. (2011). Introducción a la industria de la hospitalidad. McGraw-Hill Interamericana.

Sancho, A. and Duhalis, D. (1998). Introducción al turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Bibliografía Complementaria:

Felipe Gallego, J. (2007). Gestión de hoteles. Madrid: Thomson-Paraninfo.

Maturana, H. and Varela, F. (2008). The tree of knowledge. Boston: Shambhala.





Universidad
Andrés Bello®

Aguilar Cardo, J., García Bermejo, A., & Thomas Curras, H. (1998). Administración, gestión y comercialización en la industria de hostelería. Madrid: McGraw-Hill/Interamericana.

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
8						10	18



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Principios de Turismo y Viajes		
Código: IAHN002		
Periodo: Primer Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	2,25	7,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	9,75	
Créditos	6	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Principios de Viajes y Turismo corresponde a una asignatura del primer semestre, la cual tributa al "Ámbito I Análisis del entorno y de la organización" del perfil de egreso y en el desarrollo del Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.</p> <p>RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p>		





RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.

Este curso se dicta en el primer semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, permite a los alumnos obtener conocimientos, para identificar los conceptos fundamentales de la industria de Viajes y de la Hospitalidad.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer las principales definiciones y conceptos que forman el marco teórico de la industria de los viajes y la hospitalidad</p> <p>2.- Explicar las principales regiones y Áreas receptoras de Turismo en Chile y el Mundo.</p> <p>3.-Relacionar los Recursos Turísticos que forman parte del Producto Turístico.</p> <p>4.- Explicar los efectos de la actividad turística sobre el Medio Ambiente.</p>	<p>1. UNIDAD I: DEFINICIONES Y CONCEPTOS I.- Introducción al turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concepto y definiciones - Efectos del Turismo: Económicos, Políticos, Sociales y Culturales - Formas de Turismo - Internet y el Turismo. - Unidades Básicas del Turismo Internacional - Factores del desarrollo del turismo Actual - Corrientes y Núcleos Turísticos - El fenómeno del turismo más allá del concepto vacacional - Los agentes turísticos. <p>2. UNIDAD II: REGIONES TURISTICAS DE CHILE Y EL MUNDO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zona Norte Grande y Norte Chico - Zona Central y Sur - Zona Austral - Europa - América - Asia, África y Oceanía <p>3. UNIDAD II: LOS RECURSOS TURISTICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atractivos Turísticos Naturales y Culturales - El Equipamiento Turístico - La infraestructura de Apoyo al sector <p>4. UNIDAD II: SUSTENTABILIDAD EN EL TURISMO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Concepto Sustentabilidad. - Principales Problemas. - Políticas de sustentabilidad.



VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

- A) Pensamiento Crítico
- B) Responsabilidad Social

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Considerando los aprendizajes esperados que aborda el curso, se realizan:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.
- Trabajo de taller, en los cuales el profesor transmite los contenidos mediante sesiones expositivas y explicativas. El taller se desarrollará en horario de clases y normalmente en equipo.
- Exposiciones orales en la que los alumnos expondrán los resultados y propuestas demostrando coherencia del análisis y manejo del tema.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.

Los talleres y laboratorios desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de lo antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.-Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia y nota final 4.0.





C) Cada taller o actividad desarrollada en clases es evaluado y se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los talleres será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.

D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Sancho, A. & Duhalis, D. (1998). Introducción al turismo. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Pilar Cereceda T., Ana María Errázuriz K. (2008). Manual Básico de Geografía de Chile y el Mundo. Santiago de Chile: Andrés Bello.

Bibliografía Complementaria:

Servicio Nacional de Turismo (2011). Chile: por un Turismo Sustentable: Manual de Buenas Prácticas, Santiago de Chile, Sernatur.

Link de Interés:

Geografía Turística de Chile y el Mundo

<http://tourism-chile.blogspot.com/2014/09/region-de-arica-y-parinacota.html>

Informaciones sobre servicios y atractivos turísticos de Chile

<https://www.sernatur.cl/>

Atractivos y Destinos Turísticos del Mundo

<http://www.guiamundialdeviajes.com/>

Índice de Competitividad Turística

<http://ictchile.unab.cl>

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
3						10	13





I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Departamento de Matemáticas.		
Nombre: Matemáticas		
Código: FMMP006		
Periodo: 1 ^{er} Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Ciencias, Matemáticas y Estadísticas (46)		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
FMSP016 Estadísticas	No tiene	No tiene
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	8	
Créditos	5	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Ámbito II: Ámbito I: Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía, específicamente en el resultado de aprendizaje:</p> <p>RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>Por otra parte, contribuye al tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través del siguiente Resultado de Aprendizaje:</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.</p> <p>Esta asignatura tributa de manera transversal al desarrollo del perfil de egreso de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional; es de carácter teórico que refuerza y nivela contenidos básicos, al finalizarlo el estudiante será capaz de enfrentar los cursos de matemáticas de nivel superior. Además, proporciona los conocimientos básicos del cálculo en una variable, funciones y derivadas, y algunas de sus aplicaciones en la solución de problemas en el contexto de la economía y administración, que permita la construcción de un conocimiento matemático sólido en los</p>		





estudiantes como base necesaria en la aplicación modelos, solución de situaciones y conceptos propios de la especialidad.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS

- 1.- Analizar contenidos del algebra elemental

- 2.- Reconocer los conceptos, la notación y el análisis de las posibles soluciones a problemas desde el punto de vista de la lógica y conjuntos.

- 3.- Resolver problemas atinentes al área de los negocios, economía y administración utilizando funciones.

- 4.- Aplicar el cálculo y teoremas de derivadas en el área de la economía y los negocios.

V.- CONTENIDOS

UNIDAD I: ÁLGEBRA ELEMENTAL

- Operatoria en \mathbb{Z} y \mathbb{Q} .
- Manejo de expresiones algebraicas.
- Productos Notables y Factorización.
- Razones y proporciones y porcentajes.
- Potencias, Raíces y Logaritmos.
- Ecuaciones de Primer y Segundo Grado.
- Sistemas de ecuaciones lineales
- Problemas con enunciados verbales

UNIDAD II. LÓGICA Y CONJUNTOS.

- Proposiciones y conectivos.
- Cuantificadores.
- Concepto de conjuntos y operaciones
- Álgebra de conjuntos.
- Cardinalidad y problemas de encuesta.

UNIDAD III. FUNCIONES.

- Dominio y recorrido de una función.
- Funciones Reales y representación gráfica.
- Composición de funciones.
- Elementos de una función. Ceros de una función, Monotonía de una función.
- Modelo Lineal, Modelo Cuadrático, Modelo Exponencial, Modelo Logaritmo.
- Aplicaciones de funciones a la economía y los negocios.

UNIDADES IV: DERIVADA DE UNA FUNCIÓN.

- Definición de función derivada.
- Interpretación geométrica de la función derivada.
- Reglas de derivación.
- Máximos y mínimos.

VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

El curso tributa el desarrollo de las siguientes habilidades transversales:

- A.- Razonamiento Científico y Cuantitativo

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

Este curso contempla las siguientes modalidades de enseñanza – aprendizaje:



- Clases presenciales, aquellas instancias donde se exige y requiere una presencialidad obligatoria para que el profesor pueda dirigir el aprendizaje, explicando, aplicando, aclarando y comunicando, ideas y experiencias relacionadas con los contenidos de la asignatura.
- Estudio y Trabajo Autónomo, a fin de desarrollar la habilidad de autoaprendizaje. El alumno dispondrá de una Plataforma Interactiva llamada Aleks, a través de la cual puede ir ejercitando de manera controlada y retroalimentada los contenidos vistos en el aula. El trabajo en esta plataforma será evaluado (controles on line y avances).

Se realizarán las siguientes Procedimientos evaluativos:

- Pruebas Solemnes y Examen que integren contenidos y actividades prácticas, en función de los aprendizajes esperados y establecidos en este programa.
- Controles Individuales a distancia (en línea) para ser respondidos asincrónicamente, que fomenten el aprendizaje periódico y permitan la autoevaluación por parte de los alumnos. Estos controles se realizarán a través de la Plataforma Aleks en fechas que serán informadas a los estudiantes en las primeras clases de cada semestre. Se realizarán 3 controles a distancia que se encontrarán a disposición de los estudiantes desde el viernes hasta el lunes de una determinada semana. El estudiante recibirá un total de 4 preguntas provenientes de un banco de preguntas las que debe contestar en un plazo de 90 minutos. Podrá realizar solo un intento.
- Avances en Plataforma: como una forma de guiar el trabajo continuo, se evaluará el avance que cada estudiante muestra en la Plataforma. Se realizarán 3 cortes de avance uno antes de cada solemne obteniendo con esto 3 notas parciales que se sumarán a las de Talleres Grupales y Controles Virtuales.

Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

Condiciones de Aprobación

- La escala de evaluación es de 1 a 7 puntos. La nota mínima de aprobación es 4,0 puntos y se determinará ponderando 70% la nota de presentación a examen y 30% la nota del examen.
- La nota 4,0 puntos corresponde a 50% de logro.
- La nota de presentación a examen se calculará con las siguientes ponderaciones:
 - o Prueba Solemne 1: 25% de la nota de presentación a examen.
 - o Prueba Solemne 2: 25% de la nota de presentación a examen.
 - o Prueba Solemne 3: 25% de la nota de presentación a examen.
 - o Evaluaciones parciales: 25% de la nota de presentación a examen. Comprende evaluaciones tales como: Controles Individuales a distancia y Avances en la Plataforma.
- Las Pruebas Solemnes son evaluaciones que pudiesen ser acumulativas si el aprendizaje de los contenidos a evaluar así lo requiere. Se recomienda que en la formulación de las pruebas solemnes se consideren los contenidos vistos en los Talleres Grupales para validarlos como parte esencial del aprendizaje individual.
- El examen es una evaluación integradora que comprende todas las unidades del programa.
- Si la nota de presentación a examen fuera superior o igual a 5,0, el estudiante podrá eximirse de la rendición del examen de la asignatura y la aprobará con la nota de presentación a examen.
- La no participación en alguna evaluación será calificada con nota 1,0 puntos.
- Las evaluaciones parciales grupales y las individuales tendrán la misma ponderación.





- Los controles individuales a distancia que se consideran como evaluaciones parciales serán de preguntas con alternativas de respuesta y no se descontará puntaje por respuestas incorrectas. La nota 4,0 puntos corresponderá a 50% de logro.
- Para aquellos alumnos que por motivos de fuerza mayor debieron faltar a una Prueba Solemne, el Examen actuará como Prueba Recuperativa, ponderando tanto el % correspondiente a la prueba faltante como el % correspondiente a su naturaleza de Examen.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Obligatoria:

- Jiménez, Rene. (2008). Algebra. México. Pearson Education, Primera edición.
- Allen R, Angel. (2008) Algebra Elemental. México. Pearson Education, Sexta edición.
- Jiménez, Rene. (2008). Calculo Diferencial. México. Pearson Education, Primera edición.

Complementaria:

- Larson, Ron. (2011). Calculo. México. Mc Graw Hill, Novena edición.

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Teórico	Ayudantía	Presencial				Personal	Créditos UNAB
		Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
4						7	11



I.- IDENTIFICACIÓN**Carrera:** Ingeniería Administración Hotelera Internacional**Unidad responsable:** Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios**Nombre:** Procesos Tecnológicos**Código:** IAHN003**Periodo:** Primer Semestre**Área de Conocimiento UNESCO:** Servicios (81) Servicios Personales**Requisito para cursar:****Requisitos previos:****Co - Requisitos:****II.- CARGA ACADÉMICA**

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	1,5	5,25
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	6,75	
Créditos	4	

III.- DESCRIPCIÓN

Esta asignatura tributa directamente al Perfil de Egreso, en el Ámbito de Acción I: Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía, en el desarrollo del Resultado de aprendizaje:

R.A.1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función de las exigencias de la industria de la hospitalidad.

A su vez, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través del siguiente Resultado de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.





Esta asignatura de Procesos Tecnológicos se dicta en el primer semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, usando herramientas tecnológicas para la gestión hotelera. Al término de este curso el alumno será capaz de reconocer y aplicar las tecnologías de la información necesarias para el manejo de la gestión en el ámbito de la hotelería y el turismo.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer la utilidad de las aplicaciones para el apoyo en la administración Hotelera.</p>	<p>UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LAS APLICACIONES DE INFORMACIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características de las diferentes aplicaciones existentes en el mercado de la Hotelería y Turismo. • Clasificación de las aplicaciones y uso en la administración Hotelera. • Conocimiento de las aplicaciones informáticas más usadas en el mercado Hotelero.
<p>2.- Describir los diferentes usos de las aplicaciones en el manejo de la gestión de Hotelería y Turismo.</p>	<p>UNIDAD II: LA IMPORTANCIA DEL USO DE LAS TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN EN LA GESTIÓN HOTELERA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Característica de una aplicación de acuerdo al evento. • Uso de funciones de las aplicaciones en apoyo a la gestión hotelera. • Funciones generales y funciones específicas de cada aplicación.
<p>3.- Ejecutar las diferentes funciones de las tecnologías de información, considerando el tipo de gestión a realizar de acuerdo al evento.</p>	<p>UNIDAD III: DIFERENTES FUNCIONES DEL MANEJO DE LA GESTIÓN HOTELERA Y TURISMO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de las funciones de cálculo de material necesario según tipo de evento. • Control de proveedores y de cotizaciones. • Manejo de listados de precios y negociación con los proveedores. • Manejo de funciones en el control de inventarios. • Manejo de cuadros estadísticos en la administración hotelera. • Graficar la información relevante de la gestión hotelera.



	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar tablas de tabulación datos para el control de la gestión hotelera. • Programar una carta Gantt de las actividades a realizar en los diferentes procesos de la gestión de Hotelería y Turismo.
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

- A) Pensamiento Crítico.
- B) Razonamiento Científico y TICS.

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Para conseguir el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes metodologías educativas:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.
- Pasos Prácticas de tipo inductivo, combinando con exposición de contenidos prácticos a través de las demostraciones realizadas por el docente. Estos pasos prácticos serán desarrollados en un Laboratorio implementado para este fin, con los equipos y softwares necesarios para desarrollar la asignatura contemplando un computador por alumno.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.

Los talleres y laboratorios desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de lo antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudio autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.





VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

- A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.
- B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia.
- C) Cada laboratorio es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los laboratorios será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.
- D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.
- E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.
- F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

César Ramírez Cavassa. (2015). Administración de empresas turísticas. Nuevas estrategias. México: Editorial Trillas.

Bibliografía Complementaria:

Red users. (2013). Excel 2013 Guía Práctica para el Usuario. Argentina: Fox Andina.

Páginas web:

AulaClic. (N.D.), Cursos de Informática gratis y de calidad. Con video tutoriales. Cursos de Photoshop, Excel, Windows, Flash, Dreamweaver, Word, Access, PowerPoint, CorelDraw, Internet, cursos Microsoft, tutorial adobe cursos diseño web Visual basic net. **Recuperado de <http://www.aulaclic.es>**

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
2						7	9



I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Turismo y Hotelería		
Unidad responsable: Departamento de Inglés		
Nombre: Inglés I		
Código: ING125		
Periodo: Primer Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: HUMANIDADES Y ARTES: Lenguas y Culturas Extranjeras e Interpretación y Traducción		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
ING135 Inglés II		
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	6	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	12	
Créditos	7	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Perfil de Egreso de la Carrera en el ámbito III: Educación General e Inglés específicamente en el siguiente resultado de aprendizaje:</p> <p>R.A.4: Desarrollar habilidades comunicativas en el idioma inglés, para desenvolverse en situaciones cotidianas, laborales y académicas.</p> <p>Además, tributa al ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, del perfil de egreso, específicamente en su resultado de aprendizaje:</p> <p>R.A.3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.</p> <p>Curso de carácter introductorio, que sienta las bases para la adquisición de las competencias lingüísticas del nivel A1 del Marco Común Europeo de las Lenguas. Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de comunicarse efectiva y naturalmente, en forma oral y escrita, en ámbitos de la vida diaria, desde el contexto personal hasta los entornos más cercanos, refiriéndose al presente y al pasado reciente, usando una escritura, pronunciación y entonación adecuadas.</p>		





IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar vocabulario y estructuras apropiadas para la entrega de información personal en forma oral y escrita. 2. Utilizar vocabulario y estructuras apropiadas en la descripción de personas y lugares en forma oral y escrita. 3. Utilizar vocabulario y estructuras apropiadas para expresar posesión en forma oral y escrita. 4. Expresar ideas y opiniones sobre tecnología en forma oral y escrita. 5. Utilizar vocabulario y estructuras para describir actividades diarias y rutina en forma oral y escrita. 6. Describir lugares en la ciudad en forma oral y escrita. 7. Expresar ideas y opiniones sobre transporte y ciudades en forma oral y escrita. 8. Comunicar información relacionada con habilidades y al ambiente laboral en forma oral y escrita. 9. Expresar opiniones relacionadas a viajes y destinos turísticos en forma oral y escrita. 10. Utilizar estructuras y vocabulario referido a al clima y planes futuros en forma oral y escrita. 11. Describir lugares utilizando expresiones y vocabulario apropiado en forma oral y escrita. 12. Expresar ideas y opiniones sobre comidas en forma oral y escrita. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. UNIDAD I: "I AM..." <ul style="list-style-type: none"> - Vocabulario sobre información personal. - Presente simple verbo ser o estar. 2. UNIDAD II: "GREAT PEOPLE" <ul style="list-style-type: none"> - Presente simple verbo ser o estar oraciones afirmativas. - Adjetivos descriptivos. 3. UNIDAD III: "COME IN" <ul style="list-style-type: none"> - Adjetivos posesivos. - Presente simple verbo ser o estar oraciones interrogativas. 4. UNIDAD IV: "I LOVE IT" <ul style="list-style-type: none"> - Presente simple en oraciones afirmativas. - Vocabulario referido a tecnología 5. UNIDAD V: "MONDAYS AND FUN DAYS" <ul style="list-style-type: none"> - Presente simple en oraciones interrogativas. - Vocabulario referido a actividades diarias. 6. UNIDAD VI: "ZOOM IN, ZOOM OUT" <ul style="list-style-type: none"> - Sustantivos contables y no contables. - Vocabulario referido a lugares y ciudades. 7. UNIDAD VII: "NOW IS GOOD" <ul style="list-style-type: none"> - Presente progresivo oraciones afirmativas e interrogativas. - Vocabulario referido a transporte. 8. UNIDAD VIII: "YOU ARE GOOD" <ul style="list-style-type: none"> - Verbo especial CAN para describir habilidades. - Vocabulario referido al trabajo. 9. UNIDAD IX: "PLACES TO GO" <ul style="list-style-type: none"> - Verbos especiales para indicar necesidad, obligación. - Vocabulario referido a viajes. 10. UNIDAD X: "GET READY" <ul style="list-style-type: none"> - Expresiones de planes futuros. - Vocabulario referido a clima. 11. UNIDAD XI: "COLORFUL MEMORIES" <ul style="list-style-type: none"> - Pasado simple verbo ser o estar - Vocabulario referido a descripción de lugares.



	<p>12. UNIDAD XII: "STOP, EAT, GO"</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pasado simple verbos regulares e irregulares. - Vocabulario referido a comidas.
VI. HABILIDADES TRANSVERSALES	
<p>A. La asignatura de inglés I contribuye a desarrollar las habilidades transversales de comunicación oral y escrita en el idioma inglés, además de la utilización de herramientas web 2.0 que permiten el acceso y uso de la información.</p>	
VII. MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	
<p>A. La asignatura de Inglés I contempla una metodología activo-participativa, con el apoyo de herramientas tecnológicas a través de actividades teórico-prácticas, las cuales consideran: lectura y audición de textos originales, trabajo colaborativo, juego de roles, exposiciones y actividades basadas en cumplimiento de tareas.</p> <p>B. La evaluación de los resultados esperados en la asignatura de Inglés I contempla pruebas escritas, orales y presentaciones grupales y/o individuales.</p> <p>C. Horas de estudio autónomo Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.</p>	
VIII. CONDICIONES DE APROBACIÓN	
<p>A. Se entenderá por calificación final, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota de examen. La eliminación parcial de una calificación al semestre, la que será reemplazada por el examen no aplica al Departamento de Inglés. (Art 35°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB/ Reglamento Interno Departamento de inglés).</p> <p>B. La asistencia exigida a las actividades lectivas será de un 75%, para toda asignatura de primer, segundo año y superiores de cualquier programa o carrera. El alumno de primer, segundo año y superiores que no cumpliera con la asistencia mínima establecida, no tendrá derecho a presentarse a examen y este último será calificado con la nota 1.0 (uno coma cero). (Art 41°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB/Reglamento Interno Departamento de inglés).</p> <p>C. La asistencia a pruebas, exámenes, controles, exposiciones u otras actividades de evaluación programadas, será obligatoria para los alumnos y su incumplimiento significará hacerse acreedor a la nota 1.0 (uno coma cero). Si la inasistencia se debiere a razones de salud u otras de fuerza mayor, se deberá justificar dentro de un plazo no superior de tres días desde la fecha de la evaluación. (Art 42°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB).</p> <p>D. Puntualidad a clases. Si llega más de 10 minutos atrasados, se espera al próximo módulo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exigencia de 60% para obtener nota 4,0. • Nota eximición es 6,0 (seis coma cero) <p>E. Es responsabilidad de los alumnos revisar periódicamente la Intranet e imprimir, si fuese necesario, el material subido por el docente a cargo del curso.</p>	





IX. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

- Hendra, L., Ibbotson, M., y O'Dell, K. (2019). *Evolve 1 Student's Book*. New York: Cambridge University Press. Unidades 1-12.

Bibliografía Complementaria:

- Steiner, R.J. (1997). *Simon and Schuster's International Spanish/English Dictionary*. 2nd ed. New York: John Wiley & Sons.
- *Longman Dictionary of Contemporary English*. Harlow: Longman, 2015.
- Murphy, R. (2015). *Essential Grammar in Use: A self-study reference and practice book for elementary students of English: With answers (4th edition)*. Great Britain: Cambridge University Press.

X. CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
8						8	16



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería Administración Hotelera.		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Fundamentos de Gastronomía y Servicios		
Código: IAHN004		
Periodo: Segundo semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN007 Técnicas Gastronómicas IAHN016 Food and Beverage Management	IAHN001 Empresas Hoteleras y Gastronómicas	
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	8,25
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	3	
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	14,25	
Créditos	9	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa Ámbito de Acción I del perfil de egreso: "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía" específicamente en los resultados de aprendizaje:</p> <p>RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.</p> <p>RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.</p> <p>A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.</p>		





Esta asignatura se dicta en el segundo semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico / práctico y permite a los alumnos obtener conocimientos, habilidades y destrezas técnicas necesarias para organizar y aplicar diferentes tipos de trabajos operativos que involucren técnicas avanzadas de venta, técnicas de servicio de alimentos y bebidas en un restaurante, además de todo lo referente al área gastronómica, conceptos generales, organigramas, funciones de servicio y cocina y de cada uno de los entes interventores, procesos, Check list de actividades, tanto individuales, como personales y también todo lo referente a la entrega del taller con condiciones de higiene de alto nivel.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer la organización de una cocina y pastelería clásica, cargos del personal, funciones específicas de cada una de las áreas y sus cuartos y todas las exigencias necesarias para el buen desarrollo de una producción gastronómica.</p> <p>2.- Manipular los diferentes equipos, utensilios e implementos gastronómicos, optimizando el rendimiento y uso de estos, respetando las técnicas y las normas de seguridad vigentes en el ámbito de la alimentación.</p>	<p>UNIDAD I: ESTÁNDARES DE LA PRODUCCIÓN GASTRONÓMICA Y CONOCIMIENTO DE PRODUCTOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al comportamiento en talleres de cocina y de pastelería (actitud profesional). • Fundamentos del uso del uniforme y utensilios de cocina (personales). • Organización de la brigada de cocina • Presentación personal y actitud profesional. • Aplicación normas vigentes de manipulación de alimentos. • Manipulación de alimentos. • Etapa de mise en place, pre elaboración de técnicas culinarias. • Métodos de cortes y cocción aplicados a preparaciones gastronómicas de alta, mediana y baja complejidad. • El vocabulario técnico de cocina y pastelería. • Clasificación de productos e insumos por naturaleza. • Temperaturas de riesgo y mantención de la cadena de frío según tipo de producto. • Conservación de los alimentos en una cocina. <p>UNIDAD II: UTILIZA EQUIPOS GASTRONÓMICOS E INFRAESTRUCTURA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clasificación del equipamiento y utensilios básicos de una cocina clásica, de una cocina institucional y de una pastelería. • Plano de una cocina y pastelería las dependencias de los cuartos de producción y flujos de producción. • Cuartos o áreas dentro de una cocina. • Infraestructura de una cocina considerando los flujos de producción y los estándares relacionados con el equipamiento.



<p>3.- Relacionar cada materia prima con la utilización de la ficha técnica o receta planteada como preparación gastronómica, analizando la presentación final del producto desde el punto de vista del cliente de una empresa gastronómica de alto nivel.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de equipos gastronómicos, demostración por parte del docente. • Uso de cuchillos, tipos de cortes aplicables a cada tipo de productos. <p>UNIDAD III: ANALIZA UN CORRECTO USO DE UN DOCUMENTO TÉCNICO PARA EL DESARROLLO DE UNA CORRECTA PRODUCCIÓN GASTRONÓMICA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distinguir productos e insumos utilizados tanto en cocina como en pastelería, analizando dichos recursos y optimizando su mejor productividad por medio del uso de una ficha técnica. • Nombre técnico y gramática gastronómica. • Nombres comerciales. • Temperatura, técnicas a utilizar, descripciones, gramajes, desarrollo de la producción, puntos críticos, etc.
<p>4.- Reconocer el proceso de planificación de la oferta gastronómica de un restaurante, diseñando menú y cartas para diferentes tipos de establecimientos gastronómicos, respetando las argumentaciones comerciales y ortografía de menú para cada tipo de preparación.</p>	<p>UNIDAD IV: PLANIFICA CARTA MENÚ DE UN ESTABLECIMIENTO GASTRONÓMICO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etapas de elaboración de un documento utilizando como soporte de ventas (Carta Menú). • Argumentación comercial escrita y redacción de menú. • Diseño de una carta menú. • Fichas técnicas de bar y cocina. • Fijación de precios para cada tipo de producto a vender en una empresa gastronómica. • Trabajo de confección de una carta menú. • Aplicación de ingeniería de menú a la carta de un restaurante.
<p>5.- Utilizar técnicas de servicio de comedores frente a comensales, considerando el protocolo de servicio y la buena comunicación con la cocina y el bar durante el desarrollo del servicio.</p>	<p>UNIDAD V: APLICA TÉCNICAS DE SERVICIO INTERNACIONAL.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de actividades de montaje de mesas y mise en place en diferentes prestaciones. • Acogida y recepción del cliente. • Venta y toma de pedido al cliente. • Redacción de la comanda y correcta distribución de productos a la mesa del cliente. • Aplicación de diferentes tipos de servicios hacia la mesa del cliente. • Aplicación de técnicas en recetas de bar.





	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio de vinos frente al cliente. • Servicio de bebidas calientes según normas y estándares internacionales. • Post servicio, inventarios y check list de entrega del taller de servicio.
VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES	
<p>A) Habilidades Comunicativas. B) Responsabilidad Social</p>	
VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	
<p>A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza Para conseguir el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes metodologías educativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo. • Pasos Prácticas de tipo inductivo, combinando con exposición de contenidos prácticos a través de las demostraciones realizadas por el docente. Estos pasos prácticos serán desarrollados en un Laboratorio implementado para este fin, con distribución de tareas grupales y responsabilidades individuales, haciendo énfasis en el trabajo en equipo y en la correcta manipulación de los alimentos. <p>B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación: Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:</p> <p>Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.</p> <p>Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.</p> <p>Los talleres y laboratorios desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.</p> <p>Se propone además de lo antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.</p> <p>C.- Horas de estudio autónomo Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.</p>	
VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN	
<p>A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una</p>	



diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) El alumno debe presentarse con uniforme completo y herramientas correspondientes, bien peinado y afeitado en el horario de inicio de laboratorio fijado por el profesor.

C) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia.

D) Cada laboratorio es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los laboratorios será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.

E) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

H) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

I) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Maincent, M. & Chapuis, Y. (2003). *La cuisine de référence : techniques et préparations de base, fiches techniques de fabrication*. Clichy France: Éditions BPI.

Sánchez Anaya, E. (2012). *Manual de administración y gastronomía*. México: Trillas.

Bibliografía Complementaria:

Wright, J., Cano Camarasa, R., & Treuillé, E. (2013). *Guía completa de las técnicas culinarias*. Barcelona: Blume.

Gallegos, Jesús Felipe – Peyrolon Melendo, Ramón. (2001). *Diccionario de Hostelería*. España. Editorial Paraninfo.

Brunet, P. (2010). *Le vin et les vins au restaurant élaboration, origines, dégustation, conservation, service, accords vins et mets*. Clichy: Ed. BPI.

Páginas web:

Universidad Andrés Bello | Grandes aportes para un gran país | Acreditada en Investigación. (2018). Retrieved from <http://biblioteca.unab.cl/>

Fuchs, L., Jose, M., Gottau, G., Fuchs, L., Alia, C., & Fuchs, L. et al. (2018). *Directo al Paladar - Recetas de cocina y postres*. Gastronomía. Retrieved from <https://www.directoalpaladar.com/>

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
4			4			11	19





I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional.		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Administración de Habitaciones		
Código: IAHN005		
Periodo: Segundo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN008 Gestión de Reservas y Recepción	IAHN002 Principios de Turismo y Viajes	
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	1,5	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno	0,75	
Clínico		
Total horas dedicación semanal	8,25	
Créditos	5	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa Ámbito de Acción I del perfil de egreso: "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía" específicamente en los resultados de aprendizaje:</p> <p>RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.</p> <p>RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.</p> <p>A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>La asignatura está orientada a entregar al alumno al momento de finalizar el curso la incorporación de conceptos y herramientas que permitan al futuro profesional reconocer las diferentes actividades</p>		



y responsabilidades en los departamentos de Front Desk, Housekeeping, Administración, Mantenimiento y Seguridad de un Hotel.

V.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Explicar el vocabulario técnico y procedimientos utilizados y áreas de los alojamientos turísticos en todas sus categorías.</p>	<p>UNIDAD I: Introducción a la operación de alojamientos turísticos y operación del front office.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceptos técnicos ocupados en la Hotelería.(Front Office) • Objetivos de toda empresa de Alojamiento turístico y la forma de asegurar la calidad en las prestaciones de los servicios que ofrece. • Responsabilidades, horarios y actividades diarias realizadas por las áreas de Reservas, Recepción, Conserjería y Telefonía. • Importancia de la relación departamental de reservas con los sectores administrativos y operativos del Hotel.
<p>2.- Explicar el vocabulario técnico y procedimientos utilizados en los distintos departamentos y áreas de los alojamientos turísticos en todas sus categorías.</p>	<p>UNIDAD II: Organización y operación del departamento de ama de llaves.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer los conceptos técnicos ocupados en la Hotelería. (Ama de Llaves). • Identificar las responsabilidades, horarios y actividades diarias realizadas por las áreas pisos, cuarto de blancos, lavandería, áreas públicas y lencería. • Comprender la importancia de la relación departamental de ama de llaves con reservas, recepción, seguridad, mantención del Hotel.
<p>3.- Ejemplificar la operación de los departamentos de Front Office y Ama de Llaves de un Hotel cinco estrellas.</p>	<p>UNIDAD III: Recursos humanos en un Hotel.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de personal que trabajan en el departamento (Contrato Indefinido, Part-Time y Practicantes) • Horarios y Turnos de trabajo • Distribución del personal • Remuneraciones e Incentivos





<p>4.- Investigar los procedimientos operativos, condiciones y requisitos para la gestión de Reservas, Recepción, Habitaciones y los procedimientos correspondientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación del Personal • Procedimientos importantes o específicos (Al menos dos). • Requisitos de Postulación al departamento • Tiempo promedio de rotación del personal • Procedimiento ante el reclamo de un Huésped. ¿Cuál o Cuáles? • Organigrama del departamento <p>UNIDAD IV: Procedimientos utilizados en la gestión de reservas de un Hotel.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visitar a un Hotel de Santiago • Fotografía del Grupo en la fachada del Hotel. • Nombre y ubicación. • Categoría o Clasificación (Cadena a la que pertenece) • Características del Hotel (Diseño) • Cantidad, tipos, características y valor de las habitaciones. • Cantidad, tipo y valor de los Salones • Servicios incluidos en la tarifa y condiciones de uso. • Servicios adicionales, valores y condiciones de uso. • Información de horarios de los servicios del hotel. • Realizar una reserva tentativa para la segunda quincena de diciembre. • Documento emitido por el departamento de reservas con las condiciones de la RVA. • Cotización y características del Day Use y Early Check In. • Condiciones de Check in y Check out • Visita a las habitaciones y dependencias del hotel.
<p>VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES</p>	
<p>A) Habilidades Comunicativas. B) Pensamiento Crítico.</p>	



VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Considerando los aprendizajes esperados que aborda el curso, se realizan:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.
- Trabajo de taller, en los cuales el profesor transmite los contenidos mediante sesiones expositivas y explicativas. El taller se desarrollará en horario de clases y normalmente en equipo.
- Exposiciones orales en la que los alumnos expondrán los resultados y propuestas demostrando coherencia del análisis y manejo del tema.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.

Los talleres y laboratorios desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de lo antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia.

C) Cada laboratorio es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los laboratorios será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.

D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días





hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Miguel Ángel Simón (2004) Front Office. Buenos Aires. Ediciones Turísticas.

Miguel Ángel Simón (2004) Ama de Llaves. , Buenos Aires. Ediciones Turísticas.

Claudia Hernández (2009) Recepción en la Hotelería, México, Editorial Trillas.

Bibliografía Complementaria:

Felipe Gallego, J. (1996). Diccionario de Hostelería. España: Thomson-Paraninfo.

Pizam, A., & Holcomb, J. (2017). International dictionary of hospitality management. S.l: routledge

Páginas web:

Informaciones sobre servicios y atractivos turísticos de Chile <https://www.sernatur.cl/>

Chef & Hotel. (2018). Retrieved from <https://www.chefandhotel.cl/>

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
2				1		8	11



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Departamento de Matemáticas.		
Nombre: Estadísticas		
Código: FMSP016		
Periodo: 2 ^{do} Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Ciencias, Matemáticas y Estadísticas (46)		
Requisito para cursar:	Requisitos previos: FMMP 006 Matemáticas	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	2.25	3.38
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	5,63	
Créditos	3	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Ámbito II: Ámbito I: Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía, específicamente en el resultado de aprendizaje:</p> <p>RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>Por otra parte, contribuye al tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través del siguiente Resultado de Aprendizaje:</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.</p> <p>Curso orientado a proveer al estudiante conocimientos de estadística descriptiva y sus aplicaciones, con el fin de proporcionar elementos para la recopilación y análisis de información obtenidos de una población o muestra objetivo, con el fin de establecer el comportamiento del grupo objetivo.</p> <p>La estadística es una disciplina que apoya el proceso de toma de decisiones en diversas áreas del conocimiento utilizando para esto herramientas de inferencia estadística, por lo cual este curso está enfocado a establecer los conceptos básicos de Estadística Descriptiva.</p>		





IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Interpretar resultados dependiendo de la naturaleza de la información recolectada aplicadas al área del turismo y hotelería.</p>	<p>UNIDAD I: Estadística Descriptiva</p> <ul style="list-style-type: none"> - Método científico y estadístico - Clasificación de Variables; según nivel de medición, tamaño del recorrido y orientación descriptiva - Tablas y gráficos: tabulaciones unidimensionales y bidimensionales. Gráficos de barras, histograma, polígono de frecuencia y diagrama de dispersión - Medidas de tendencia central, posición y variación: Media aritmética, mediana, moda, condiciones para preferir una u otra medida de tendencia central. Percentiles: Recorrido, recorrido intercuartílico, varianza, coeficiente de variación - Medidas de asociación: covarianza y coeficiente de correlación <p>Regresión lineal simple.</p>
<p>VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES</p>	
<p>El curso tributa el desarrollo de las siguientes habilidades transversales:</p>	
<p>A.- Razonamiento Científico y Cuantitativo</p>	
<p>VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN</p>	
<p>Se recomienda desde un método de enseñanza – aprendizaje la utilización de diversas modalidades:</p>	
<p>A. Clases Prácticas en la cual se muestre como se aplican los contenidos, tales como, estudio de casos, análisis diagnósticos, problemas de laboratorios, etc. en que se promueva el análisis de un hecho para resolverlo de manera individual y principalmente grupal para fomentar un aprendizaje colaborativo.</p>	
<p>B. Estudio y Trabajo Autónomo, a fin de desarrollar la habilidad de autoaprendizaje.</p>	
<p>Se sugiere las siguientes acciones evaluativas:</p>	
<p>A. Controles o Tareas individuales, de manera presencial o virtual, contruidos de forma de evaluar los objetivos propuestos.</p>	
<p>B. Solemnes y exámenes que integren contenidos y midan los objetivos definidos en el programa.</p>	
<p>Toda evaluación debe estar sustentada en pautas evaluación</p>	
<p>Horas de estudio autónomo</p>	
<p>Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.</p>	
<p>VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN</p>	
<p>Condiciones de Aprobación</p>	



- La escala de evaluación es de 1 a 7 puntos. La nota mínima de aprobación es 4,0 puntos y se determinará ponderando 70% la nota de presentación a examen y 30% la nota del examen.
- La nota 4,0 puntos corresponde a 50% de logro.
- La nota de presentación a examen se calculará con las siguientes ponderaciones:
 - o Prueba Solemne 1: 25% de la nota de presentación a examen.
 - o Prueba Solemne 2: 25% de la nota de presentación a examen.
 - o Prueba Solemne 3: 25% de la nota de presentación a examen.
 - o Evaluaciones parciales: 25% de la nota de presentación a examen. Comprende evaluaciones tales como: Controles Individuales a distancia y Avances en la Plataforma.
- Las Pruebas Solemnes son evaluaciones que pudiesen ser acumulativas si el aprendizaje de los contenidos a evaluar así lo requiere. Se recomienda que en la formulación de las pruebas solemnes se consideren los contenidos vistos en los Talleres Grupales para validarlos como parte esencial del aprendizaje individual.
- El examen es una evaluación integradora que comprende todas las unidades del programa.
- Si la nota de presentación a examen fuera superior o igual a 5,0, el estudiante podrá eximirse de la rendición del examen de la asignatura y la aprobará con la nota de presentación a examen.
- La no participación en alguna evaluación será calificada con nota 1,0 puntos.
- Las evaluaciones parciales individuales tendrán la misma ponderación.
- Para aquellos alumnos que por motivos de fuerza mayor debieron faltar a una Prueba Solemne, el Examen actuará como Prueba Recuperativa, ponderando tanto el % correspondiente a la prueba faltante como el % correspondiente a su naturaleza de Examen.

X.- BIBLIOGRAFÍA

Obligatoria:

- Anderson, Sweeney and Williams, (2000). Estadística para Negocios y Economía. Madrid. Thomson. Séptima Edición.
- Montero Lorenzo, José María, (2007). Estadística Descriptiva. Madrid Thomson.

Complementaria:

- Levin, Richard (2004). Estadística para la administración y economía. Pearson. Séptima edición.

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
3						5	8





I.- IDENTIFICACIÓN

Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional

Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios

Nombre: Administración de Empresas

Código: IAHN006

Periodo: Segundo Semestre

Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales

Requisito para cursar:

IAHN006 Liderazgo y Trabajo en Equipo

Requisitos previos:

IAHN001 Empresas Hoteleras y Gastronómicas

Co - Requisitos:

II.- CARGA ACADÉMICA

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	2,25	4,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	6,75	
Créditos	4	

III.- DESCRIPCIÓN

Esta asignatura tributa Ámbito de Acción I del perfil de egreso: **“Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía”** específicamente en los resultados de aprendizaje:

RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.

RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.

A su vez, tributa al ámbito III: **“Educación General e Inglés”**, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.



Esta asignatura se dicta en el segundo semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, siendo esta, orientada al análisis de la naturaleza de la administración, reconociendo las características de los administradores modernos, las principales escuelas y su evolución hasta los tiempos actuales, permite al alumno al momento de finalizar el curso, la capacidad de comprender la importancia de la organización en una empresa y los conceptos asociados a una buena gestión empresarial.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Describir el campo de acción de la actividad administrativa en las empresas.</p> <p>2.- Reconocer las principales funciones que llevan a cabo los administradores, así como las herramientas y criterios fundamentales en que basan su acción</p> <p>3.- Relacionar a las empresas como sistemas sociales abiertos que interactúan en forma dinámica y permanente con el medio económico, social y político en que están insertos.</p> <p>4.- Inferir las funciones, tareas y actividades que se desarrollan en la empresa para alcanzar sus objetivos.</p>	<p>UNIDAD I: LA ADMINISTRACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Su naturaleza e importancia • Evolución de la administración • Funciones básicas <p>UNIDAD II: LA EMPRESA, SU ENTORNO Y DINÁMICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rol de la empresa en la sociedad • Tipos de empresas • La empresa en un mundo globalizado • Pymes como motor de desarrollo <p>UNIDAD III: LA EMPRESA COMO SISTEMA</p> <ul style="list-style-type: none"> • La empresa, un sistema social abierto • La sinergia en la empresa • Empresa y macro entorno • Dinámica organizacional • Sistemas de viabilidad <p>UNIDAD IV: LOS SUBSISTEMAS FUNCIONALES DE LA EMPRESA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subsistema de Producción • Subsistema de RRHH • Subsistema de Comercialización • Subsistema de Finanzas
VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES	
<p>A) Pensamiento Crítico.</p> <p>B) Responsabilidad Social.</p>	
VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	
<p>A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza Considerando los aprendizajes esperados que aborda el curso, se realizan:</p>	





-Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.

-Trabajo de taller, en los cuales el profesor transmite los contenidos mediante sesiones expositivas y explicativas. El taller se desarrollará en horario de clases y normalmente en equipo.

-Exposiciones orales en la que los alumnos expondrán los resultados y propuestas demostrando coherencia del análisis y manejo del tema.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.

Los talleres y laboratorios desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de los antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia.

C) Cada laboratorio es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los laboratorios será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.

D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.



IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Chiavenato, I., Riva, I. & Sacristán, P. (2014). Introducción a la teoría general de la administración. México, D.F: McGraw-Hill/Interamericana.

Robbins, S., Coulter, M., Enríquez, L., Ramírez, V. & Fincowsky, E. (2010). Administración. México: Pearson educación.

Bibliografía Complementaria:

Porter, Michael. (1997). *Estrategia Competitiva* México: 24va. Edición. Cía. Edit. Continental

Páginas web:

www.fumc.edu.co/wp-content/uploads/.../administracion-empresas-virtual.pdf

2013.comunidadilgo.org/portal/categoria/gestion-de-empresas-cat-2/

<https://www.negociosyemprendimiento.org> > ... > Para Futuros Gerentes

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
3						6	9





I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Turismo y Hotelería		
Unidad responsable: Departamento de Inglés		
Nombre: Inglés II		
Código: ING135		
Periodo: Segundo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: HUMANIDADES Y ARTES: Lenguas y Culturas Extranjeras e Interpretación y Traducción		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
ING225 Inglés III	ING125 Inglés I	
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	6	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	12	
Créditos	7	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Perfil de Egreso de la Carrera en el ámbito III: Educación General e Inglés específicamente en el siguiente resultado de aprendizaje: R.A.4: Desarrollar habilidades comunicativas en el idioma inglés, para desenvolverse en situaciones cotidianas, laborales y académicas.</p> <p>Además, tributa al ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, del perfil de egreso, específicamente en su resultado de aprendizaje: R.A.3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.</p> <p>Curso de carácter introductorio, que sienta las bases para la adquisición de las competencias lingüísticas del nivel A2 del Marco Común Europeo de las Lenguas. Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de comunicarse efectiva y naturalmente, en forma oral y escrita, en ámbitos de la vida diaria, desde el contexto personal hasta los entornos más cercanos, refiriéndose al presente y al pasado reciente, usando una escritura, pronunciación y entonación adecuadas.</p>		



IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Expresar opiniones sobre personas y entregar información personal en forma oral y escrita. 2. Describir situaciones de la vida cotidiana en forma oral y escrita. 3. Expresar ideas y opiniones sobre deportes y actividad física en forma oral y escrita. 4. Expresar ideas y opiniones sobre aspectos culturales, gustos y preferencias en forma oral y escrita. 5. Describir momentos importantes de la vida de las personas en forma oral y escrita. 6. Utilizar vocabulario y estructuras referidas a dinero y las compras en forma oral y escrita. 7. Expresar ideas y opiniones relacionadas con hábitos alimenticios en forma y escrita. 8. Expresar ideas y opiniones sobre viajes y tiempo libre en forma oral y escrita. 9. Describir personalidades y apariencia en forma oral y escrita. 10. Expresar ideas y opiniones sobre trabajo y problemas de salud en forma oral y escrita. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. UNIDAD I: "CONNECTIONS" <ul style="list-style-type: none"> - Verbo ser y/o estar en oraciones afirmativas, negativas e interrogativas. - Pronombres posesivos. 2. UNIDAD II: "WORK AND STUDY" <ul style="list-style-type: none"> - Rutinas y actividades diarias. - Adjetivos demostrativos singulares y plurales. 3. UNIDAD III: "LET'S MOVE" <ul style="list-style-type: none"> - Presente progresivo y presente simple. - Vocabulario referido a deportes. 4. UNIDAD IV: "GOOD TIMES" <ul style="list-style-type: none"> - Presente progresivo para expresar planes futuros. - Vocabulario referido a cultura pop. 5. UNIDAD V: "FIRSTS AND LASTS" <ul style="list-style-type: none"> - Pasado simple en oraciones afirmativas, negativas e interrogativas. - Vocabulario referido a momentos importantes de la vida. 6. UNIDAD VI: "BUY NOW, PLAY LATER" <ul style="list-style-type: none"> - Expresiones futuras para expresar intenciones. - Vocabulario referido a dinero y compras. 7. UNIDAD VII: "EAT, DRINK, BE HAPPY" <ul style="list-style-type: none"> - Cuantificadores. - Vocabulario referido a comida. 8. UNIDAD VIII: "TRIPS" <ul style="list-style-type: none"> - Expresiones condicionales. - Vocabulario referido a viajes y transporte. 9. UNIDAD IX: "LOOKING GOOD" <ul style="list-style-type: none"> - Expresiones comparativas y superlativas. - Vocabulario referido a accesorios y apariencia. 10. UNIDAD X: "RISKY BUSINESS" <ul style="list-style-type: none"> - Verbo especial "have to" para expresar obligación. - Vocabulario referido a trabajos y problemas de salud.





<p>11. Expresar ideas y opiniones relacionadas con el uso de las redes sociales en forma oral y escrita.</p> <p>12. Describir lugares y entorno utilizando vocabulario y estructuras apropiadas en forma oral y escrita.</p>	<p>11. UNIDAD X: "ME, ONLINE"</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estructuras gramaticales de presente perfecto y pasado simple. Vocabulario relacionado a redes sociales. <p>12. UNIDAD X: "OUTDOORS"</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clausulas relativas. Vocabulario relacionado a clima y paisajes.
<p>VI. HABILIDADES TRANSVERSALES</p>	
<p>A. La asignatura de inglés II contribuye a desarrollar las habilidades transversales de comunicación oral y escrita en el idioma inglés, además de la utilización de herramientas web 2.0 que permiten el acceso y uso de la información.</p>	
<p>VII. MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN</p>	
<p>A. La asignatura de Inglés II contempla una metodología activo-participativa, con el apoyo de herramientas tecnológicas a través de actividades teórico-prácticas, las cuales consideran: lectura y audición de textos originales, trabajo colaborativo, juego de roles, exposiciones y actividades basadas en cumplimiento de tareas.</p> <p>B. La evaluación de los resultados esperados en la asignatura de Inglés I contempla pruebas escritas, orales y presentaciones grupales y/o individuales.</p> <p>C. Horas de estudio autónomo</p> <p>Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.</p>	
<p>VIII. CONDICIONES DE APROBACIÓN</p>	
<p>A. Se entenderá por calificación final, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota de examen. La eliminación parcial de una calificación al semestre, la que será reemplazada por el examen no aplica al Departamento de Inglés. (Art 35°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB/ Reglamento Interno Departamento de inglés).</p> <p>B. La asistencia exigida a las actividades lectivas será de un 75%, para toda asignatura de primer, segundo año y superiores de cualquier programa o carrera.</p> <p>El alumno de primer, segundo año y superiores que no cumpliera con la asistencia mínima establecida, no tendrá derecho a presentarse a examen y este último será calificado con la nota 1.0 (uno coma cero).</p> <p>(Art 41°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB/Reglamento Interno Departamento de inglés).</p> <p>C. La asistencia a pruebas, exámenes, controles, exposiciones u otras actividades de evaluación programadas, será obligatoria para los alumnos y su incumplimiento significará hacerse acreedor a la nota 1.0 (uno coma cero). Si la inasistencia se debiere a razones de salud u otras de fuerza mayor, se deberá justificar dentro de un plazo no superior de tres días desde la fecha de la evaluación. (Art 42°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB).</p> <p>D. Puntualidad a clases. Si llega más de 10 minutos atrasados, se espera al próximo módulo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exigencia de 60% para obtener nota 4,0. 	



- Nota eximición es 6,0 (seis coma cero)

E. Es responsabilidad de los alumnos revisar periódicamente la Intranet e imprimir, si fuese necesario, el material subido por el docente a cargo del curso.

IX. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

- Clandfield, L, Goldstein, B, Jones, C., & Kerr, P. (2019). Evolve 2 Student's Book. New York: Cambridge University Press, 2018. Unidades 1-12.

Bibliografía Complementaria:

- Steiner, R.J. (1997). Simon and Schuster's International Spanish/English Dictionary. 2nd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Longman Dictionary of Contemporary English. Harlow: Longman, 2015.
- Murphy, R. (2015). Essential Grammar in Use: A self-study reference and practice book for elementary students of English: With answers (4th edition). Great Britain: Cambridge University Press.

X. CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
8						8	16





I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Técnicas Gastronómicas		
Código: IAHN007		
Período: Tercer Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN011 integrador I: Práctica operativa.	IAHN004 Fundamentos de Gastronomía y Servicios	
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	1,5	7,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	2,25	
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	11,25	
Créditos	7	
III.- DESCRIPCIÓN		
Esta asignatura tributa al ámbito de acción I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía, específicamente en el Resultado de aprendizaje:		
<p>RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.</p> <p>RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.</p>		



Esta asignatura se dicta en el tercer semestre de la carrera de ingeniería en administración hotelera , es de carácter teórico / práctico donde nuevamente son reforzadas dichas técnicas, comprendiendo y conociendo el aumento de dificultades técnicas aplicadas en este semestre aplicándolas directamente en su producción , generando así una autonomía en el educando, en donde no solo es gestor de su aprendizaje, sino también , debe comprender la importancia del trabajo en equipo, generar liderazgo, tanto individual como colectivo, ya que será él, el encargado de llevar a cabo una producción específica en cada taller semanal.

Desde el punto de vista de su administración, aplicarán técnicas de abastecimiento, rotulación, almacenamientos y control interno, tanto de rotación, como control de temperaturas y puntos críticos de control , con el fin de realizar un buen manejo de los productos a utilizar en un producción futura o del momento, gestionando junto a sus pares la distribución de actividades y el desempeño eficiente y eficaz de cada uno, como también de su ejecución, elaborando los productos entregados y llevándolos a una producción final de alta calidad, en donde serán degustados y evaluados de acuerdo a estándares gastronómicos de alto nivel, siendo cada proceso, evaluado de forma continua, para desarrollar y asegurar un estándar internacional en sus preparaciones y obtener resultados óptimos.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.-Utilizar documentación necesaria para una producción gastronómica, considerando los diferentes elementos de administración tanto internos como externos.</p> <p>2.- Producir la elaboración de un menú de tres tiempos, usando la organización de una cocina y pastelería clásica, documentos y todas las exigencias necesarias para el buen desarrollo de una producción gastronómica.</p>	<p>1.-UNIDAD: ORGANIZA UNA PRODUCCIÓN GASTRONÓMICA.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usa documentos para el chequeo, rotación, control de temperaturas, almacenamiento y rotulado de productos e insumos para la elaboración de una producción gastronómica de alto nivel. - Fichas técnicas. - Temperaturas de riesgo y mantención de la cadena de frío según tipo de producto. - Conservación de los alimentos en una cocina. - Normas vigentes de manipulación de alimentos. - Interpretación de recetas y procedimientos necesarios para la elaboración de fichas técnicas gastronómicas. <p>2.- UNIDAD: PLANIFICACIÓN Y ELABORACIÓN DE UN MENÚ DE 3 TIEMPOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clasificación del menú: - por tipo de menú. - Temporada.





<p>3.- Ejecutar una producción determinada, para cada tipo servicio a entregar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Equipo humano - Costos - Marketing. - Clasificación de productos e insumos por naturaleza y temporada. - Selección del método de cocción: Calor seco, Calor húmedo y Calor mixto. - Temperaturas y tiempos de cocción. - Puntos críticos de control. - Técnica de montaje de platos (E.U.P.F) - Despacho de la producción. <p>3.-UNIDAD: EVALUACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elabora y corrige ficha técnica. - Costeo de producción. - Contabiliza y genera una tabla estadística de su producción, por platos y ventas. - Realiza acciones correctivas para la mejora de su producción, tanto para la compra, elaboración, optimización de recursos y servicio. - Justifica y genera una retroalimentación de las decisiones tomadas.
-------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

- A) Pensamiento Crítico.
- B) Responsabilidad Social.

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza
 Para conseguir el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes metodologías educativas:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.
- Pasos Prácticas de tipo inductivo, combinando con exposición de contenidos prácticos a través de las demostraciones realizadas por el docente. Estos pasos prácticos serán desarrollados en un Laboratorio implementado para este fin, con distribución de tareas grupales y responsabilidades individuales, haciendo énfasis en el trabajo en equipo y en la correcta manipulación de los alimentos.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:
 Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:
 Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnostica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.



Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.

Los talleres y laboratorios desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de los antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) El alumno debe presentarse con uniforme completo y herramientas correspondientes, bien peinado y afeitado en el horario de inicio de laboratorio fijado por el profesor.

C) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia.

D) Cada laboratorio es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los laboratorios será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.

E) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

H) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

I) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Wright, J., Cano Camarasa, R., & Treuillé, E. (2013). Guía completa de las técnicas culinarias. Barcelona: Blume.

Morel, M. (1993). Cuisine de référence : préparations et techniques de base, fiches techniques de fabrication. Paris: Ed. BPI.

Bibliografía Complementaria:

Sánchez Anaya, E. (2012). Manual de administración y gastronomía. México: Trillas





Gallegos, Jesús Felipe – Peyrolon Melendo, Ramón. (2001). Diccionario de Hostelería. España. Editorial Paraninfo.

Páginas web:

Universidad Andrés Bello | Grandes aportes para un gran país | Acreditada en Investigación. (2018). Retrieved from <http://biblioteca.unab.cl/>

Fuchs, L., Jose, M., Gottau, G., Fuchs, L., Alia, C., & Fuchs, L. et al. (2018). Directo al Paladar - Recetas de cocina y postres. Gastronomía. Retrieved from <https://www.directoalpaladar.com/>

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
2			3			10	15



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Gestión de Reservas y Recepción		
Código: IAHN008		
Periodo: Tercer Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN011 Integrador I: Práctica Operativa	IAHN005 Administración de Habitaciones	
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico		4,5
Ayudantía		
Laboratorio	3	
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	7,5	
Créditos	5	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso: Gestión y Dirección estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía.</p> <p>RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.</p> <p>RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.</p>		





La asignatura Gestión de Reservas y Recepción se encuentra ubicada en el tercer semestre de la carrera de ingeniería en Administración Hotelera Internacional y está orientada a entregar herramientas que permitan al futuro profesional reconocer los diferentes procedimientos, operación y facilidades que otorga el Software Fidelio Opera en los departamentos de Front Desk, Housekeeping, Administración, Mantenimiento y Seguridad de un Hotel.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer las principales funciones del Software Fidelio Opera, comprendiendo las principales características del sistema.</p>	<p>UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A FIDELIO OPERA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asociar perfiles particulares y corporativos a reservas individuales para fechas futuras de acuerdo a disponibilidad en el sistema. • Asignar habitaciones, tarifas y requerimientos especiales a cada reserva realizada. • Cumplir con los protocolos para confirmar una reserva.
<p>2- Utilizar el Software Fidelio Opera reconociendo funciones del sistema en el área de reservas de un hotel.</p>	<p>UNIDAD II: APLICACIÓN DEL SOFTWARE EN EL ÁREA DE RESERVAS DE UN HOTEL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reservas individuales • Realizar reservas de grupos. • Tratamiento de reservas de grupo. • Limpiar habitaciones check out en pantalla de ama de llaves y cuadro de disponibilidad.
<p>3- Utilizar el Software Fidelio Opera en funciones propias del área de Front Office de un hotel.</p>	<p>UNIDAD III: APLICACIÓN DEL SOFTWARE EN LA RECEPCIÓN DE UN HOTEL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar Check in a reservas del día. • Realizar Walk in a pasantes del día • Realizar cargos a las habitaciones de los diferentes centros de costo. • Realizar Check Out y cierre de cuentas con distintas formas de pago. • Crear folios para diferentes tipos de cuenta y cargos. • Revertir cargos • Ajustes



4.- Utilizar el Software Fidelio Opera en la gestión del Front Office de un Hotel, considerando la importancia del sistema en la toma de decisiones.

UNIDAD IV: FIDELIO OPERA PARA LA GESTIÓN Y LA TOMA DE DECISIONES.

- Asociar perfiles particulares y corporativos a reservas individuales para fechas futuras de acuerdo a disponibilidad en el sistema
- Asignar habitaciones, tarifas y requerimientos especiales a cada reserva realizada.
- Cumplir con los protocolos para confirmar una reserva.
- Procedimientos de Administrativos.
- Procedimientos de Mantención.
- Procedimientos de Seguridad.
- Informes para la toma de decisiones.

VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

- A) Habilidades Comunicativas.
- B) Razonamiento Científico y TICS.

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Considerando los aprendizajes esperados que aborda el curso, se realizan:

-Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.

-Trabajo de taller, en los cuales el profesor transmite los contenidos mediante sesiones expositivas y explicativas. El taller se desarrollará en horario de clases y normalmente en equipo.

-Exposiciones orales en la que los alumnos expondrán los resultados y propuestas demostrando coherencia del análisis y manejo del tema.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los Talleres serán evaluados a través de una pauta de observación escrita y/o rubricas.

Los talleres desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de los antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.





C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia y nota final 4.0.

C) Cada Taller es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los Talleres será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.

D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Miguel Ángel Simón (2004). Front Office. Buenos Aires. Ediciones Turísticas

Miguel Ángel Simón (2004). Ama de Llaves. Buenos Aires. Ediciones Turísticas

Claudia Hernandez (2009). Recepción en la Hoteloría. México Norte. Editorial Trillas.

Bibliografía Complementaria:

Jesus Felipe Gallegos (2007) Gestión de Reservas una nueva Visión, Mexico. Editorial Paraninfo.

Jesús Felipe Gallegos – Ramón Peyrolon Melendo. (2001) Diccionario de Hostelería, México. Editorial Paraninfo.

Páginas web:

www.micros.com

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
		4				6	10



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Contabilidad Hotelera		
Código: IAHN009		
Periodo: Tercer Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar: IAHN012 Economía IAHN014 Gestión y Finanzas Hoteleras	Requisitos previos: FMSP016 Estadísticas	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	4,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	7,5	
Créditos	5	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito II del perfil de egreso "Gestión de los Recursos Organizacionales" específicamente en el Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.</p> <p>A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.</p>		





Esta asignatura se dicta en el tercer semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico / práctico y permite a los alumnos entregar una visión general para comprender la utilidad y alcance de los principales instrumentos de la gestión contable para la toma de decisiones y utilizar herramientas de costos en los procesos de Planificación, Control y Toma de Decisiones de una empresa hotelera.

Al finalizar el curso, los alumnos serán capaces de aplicar herramientas de matemáticas financieras a decisiones de inversión y financiamiento, e introducir a la elaboración del flujo de caja de un proyecto.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer los principios, normas y convenciones más importantes del sistema de información contable, reconociendo la finalidad e importancia de los Estados financieros básicos; comprendiendo, analizando y relacionando la información de éstos con la hotelería.</p> <p>2.- Explicar una visión general, simplificada, de la herramienta de costos en una empresa hotelera, analizando la función de adquisiciones y bodega, contemplando las implicancias financieras y tributarias de la utilización de diferentes criterios de costeo en el cálculo de los costos.</p>	<p>UNIDAD I: REVISIÓN Y EVALUACIÓN DEL SISTEMA CONTABLE EN UNA EMPRESA HOTELERA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bases, principios y normas del sistema de información contable. • Estructura y construcción de los principales Estados Financieros: Estado de la Situación Financiera (Balance General) y Estado de Resultados. • Estructuras administrativas y operacional de una nueva área de servicio en un hotel y / o un restaurante <p>UNIDAD II: INTRODUCCIÓN A LA CONTABILIDAD DE GESTIÓN HOTELERA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diferencias entre costo y gasto. • Objetivos y conceptos fundamentales de la contabilidad de costos. • Libro de proveedores • Evaluación de proveedores • Departamento de adquisiciones de un Hotel. • Órdenes de compra • Recepción de mercaderías, almacenamiento y valorización de los inventarios (PPP) • Concepto Productividad • Costos de producción. • Costos fijos, variables y semivariabes. • Gastos de administración, de comercialización y financieros. • Análisis comparativo de los enfoques de costeo por absorción y directo. • Implicancias financieras y tributarias del costeo por absorción y del costeo directo.



<p>3.- Examinar el papel que juegan los sistemas de control gestión en el seguimiento y control del resultado económico financiero como del resto de objetivos y variables operativas de las áreas de los negocios, aplicando los principales conceptos y herramientas relacionadas con la planificación, el control y la toma de decisiones.</p> <p>4.- Relacionar criterios más usados en decisiones de inversión y financiamiento; e integrar éstas herramientas en la elaboración del flujo de caja de un proyecto como primera aproximación a este tema, manejando conceptos básicos y herramientas de matemáticas financieras.</p>	<p>UNIDAD III: HERRAMIENTAS DE COSTOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planeación y control financiero • Esquema general de planificación. • Ciclo Presupuestal. • Confección del Presupuesto operacional • Confección y uso del Presupuesto de caja. • Confección y uso del presupuesto financiero • Formulación de costo-volumen- utilidad. • Formulación de costo – nivel - utilidad. • Relación Costo-Volumen-Utilidad y Punto de Equilibrio. Empresas mono y poli productoras. <p>UNIDAD IV: APLICACIÓN DE MATEMÁTICAS FINANCIERAS Y CRITERIOS DE DECISIÓN DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto del valor tiempo del dinero. • Concepto de Tasas de Interés. • Interés simple y compuesto. • Valor actual o presente de un flujo futuro (V.A.) y valor futuro de un flujo en el tiempo (V.F.). • Anualidades o Rentas. • Criterios de decisión de inversión y financiamientos más usados: TIR, VAN (Valor Actual Neto) y Pay back. • Elementos y construcción del Flujo de Caja de un proyecto de inversión desde el punto de vista de la empresa hotelera. • Rentabilidad Hotelera
<p>VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES</p>	
<p>A) Pensamiento Crítico B) Razonamiento Científico y TICS</p>	





VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Para conseguir el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes metodologías educativas:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.
- Pasos Prácticas de tipo inductivo, combinando con exposición de contenidos prácticos a través de las demostraciones realizadas por el docente. Estos pasos prácticos serán desarrollados en un Laboratorio implementado para este fin, con distribución de tareas grupales y responsabilidades individuales, haciendo énfasis en el trabajo en equipo y en la correcta manipulación de los alimentos.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.

Los talleres desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de los antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia y nota final 4.0.

C) Cada laboratorio es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los laboratorios será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.

D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días



hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Horngrén, C., Datar, S. and Foster, G. (2007). Contabilidad de costos. México: Pearson Educación.

Scheel, Adolfo (2004). Evaluación operacional y financiera aplicada a la industria hotelera, Colombia. Universidad Externado de Colombia, 2da Edición.

Gallego, J. (2002). Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes. Madrid, España: Paraninfo.

Díaz Mata, A. (2013). Matemáticas financieras (5a. ed.). [Place of publication not identified]: Mcgraw-Hill Interamerican.

Bibliografía Complementaria:

Niño, Jorge (2010). Contabilidad Gerencial. Santiago de Chile. Editorial Andrés Bello, 2ª Edición

Villalobos, José Luis (2007). Matemáticas Financieras. México. Editorial Pearson Educación, 3ª Edición.

Apuntes de Contabilidad II, Gustavo Maturana (2007) Editorial PUC

Páginas web:

<http://contabilidadbasica.es>

<https://www.gestiopolis.com/contabilidad-de-gestion-y-contabilidad-de-costos/>

<https://www.gestiopolis.com/sistemas-de-contabilidad-y-costos-en-las-empresas-hoteleras/>

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
4						6	10





I.- IDENTIFICACIÓN

Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional

Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios

Nombre: Liderazgo y Trabajo en Equipos

Código: IAHN010

Periodo: Tercer Semestre

Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales

Requisito para cursar:

IAHN011 Integrador I: Practica Operativa
IAHN019 Human Resources in Hospitality

Requisitos previos:

IAHN006 Administración de Empresas

Co - Requisitos:

II.- CARGA ACADÉMICA

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	1,5	7,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	1,5	
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	10,5	
Créditos	6	

III.- DESCRIPCIÓN

Esta asignatura tributa al Ámbito de Acción II del perfil de egreso "Gestionar los Recursos Organizacionales" específicamente en el Resultado de aprendizaje:

RA 2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.

A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.



RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Este curso de tercer semestre entrega al alumno las herramientas para analizar a través de aproximaciones teóricas y prácticas los diferentes estilos de liderazgo como concepto. A través de un proceso de reflexión y evaluación crítica, los estudiantes serán capaces de apreciar como factores individuales, organizacionales y culturales pueden influir en la eficacia del líder y esta experiencia debería permitir a estudiantes desarrollar su propio estilo de liderazgo el cual deberá ser puesto a prueba en el desarrollo de trabajos en equipos y juegos de roles realizado dentro del contexto de un restaurante laboratorio frente a situaciones y clientes reales.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer habilidades para delegar, tomar decisiones y resolver problemas en el rol de líder de un equipo considerando los talentos individuales de cada persona.</p>	<p>UNIDAD I: LIDERAZGO EN ORGANIZACIONES HOTELERAS. ¿Un líder nace o se hace? Fundamentos del Liderazgo Tipos y estilos de liderazgo Características del Liderazgo situacional. Diferencia entre un jefe y un líder. Características de un líder eficaz. Las demandas del liderazgo La Toma de decisiones. Delegación eficaz - empowerment. Comunicación y asertividad.</p>
<p>2.- Comparar diferentes formas de organizar una brigada de trabajo, de acuerdo a los roles de trabajo correspondientes a las diferentes áreas de una empresa del rubro de la hotelería.</p>	<p>UNIDAD II: ORGANIZACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPOS La cohesión y la interdependencia en los equipos. Los roles dentro de un equipo. Como organizar las tareas en cada área. Diseño de check list y pautas de cotejo. Control del cumplimiento de metas fijadas por la empresa Concepto de productividad / Rentabilidad Manejo de quejas y de problemáticas presentadas en la gestión de equipos.</p>
<p>3.- Practicar estrategias de supervisión de grupos de trabajo utilizando técnicas de liderazgo y herramientas de gestión de trabajo que permitan la motivación del equipo en función de los objetivos de la empresa hotelera.</p>	<p>UNIDAD III: PLANIFICACIÓN Y GESTION DE EQUIPOS DE TRABAJO. Técnicas de supervisión de grupos.</p>





<p>4.- Demostrar el uso de diferentes herramientas de gestión de calidad y técnicas de motivación aplicables al trabajo de equipo en el rubro de la hotelería.</p>	<p>Jornada laboral vigente para el área gastronómica. Relación laboral empleado/empresa, derechos y obligaciones mutuas. Planificación de horarios para cada área del restaurante. Relación con la Dirección del trabajo. Confección de planillas horarias y distribución de la jornada de trabajo. Control de asistencia. Herramientas de control de calidad utilizadas en el rubro de la hotelería. Taller de ejercicios de trabajo en equipo realizados en el restaurante didáctico e instalaciones gastronómicas. Juegos de rol frente a situaciones a ser planteadas en un contexto real.</p> <p>UNIDAD IV: ESTRATEGIAS DE MOTIVACIÓN E INCENTIVOS. Concepto de motivación. Estrategias de motivación interna. Evaluación del desempeño. Las cartas de amonestación. Premios y reconocimientos. Determinación de ascensos. Aumentos y bono salarial. Desarrollo profesional. Políticas de incentivos. Plan de incentivos aplicables al rubro de la hotelería.</p>
<p>VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES</p>	
<p>A) Pensamiento Crítico B) Responsabilidad Social C) Razonamiento Científico y TICS</p>	



VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Para conseguir el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes metodologías educativas:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.

- Pasos Prácticas de tipo inductivo, combinando con exposición de contenidos prácticos a través de las demostraciones realizadas por el docente. Estos pasos prácticos serán desarrollados en un Laboratorio implementado para este fin, con distribución de tareas grupales y responsabilidades individuales, haciendo énfasis en el trabajo en equipo y en la correcta manipulación de los alimentos.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.

Los talleres y laboratorios desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de lo antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) El alumno debe presentarse con uniforme completo y herramientas correspondientes, bien peinado y afeitado en el horario de inicio de laboratorio fijado por el profesor.

C) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia.

D) Cada laboratorio es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los laboratorios será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.





E) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

H) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

I) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Rabouin, Roberto R. (2011). El sentido del liderazgo. México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Bibliografía Complementaria:

Goleman, Daniel. (2013). Liderazgo: El poder de la inteligencia emocional. España: S.A. EDICIONES B.

Foster, DL. (1994). Introducción a la industria de la hospitalidad. 2ª ed. México, D.F. Mc Graw – Hill, Interamericana de México.

Dossier y apuntes de la asignatura Elaborados por el docente y entregados clase a clase.

Páginas web:

<http://portaldelcoaching.com/columna/liderazgo-y-coaching/>

<https://innovacioneducativa.upm.es/competencias-genericas/formacionyevaluacion>

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
2			2			10	14



I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional e Ingeniería en Turismo y Hotelería		
Unidad responsable: Departamento de Inglés		
Nombre: Inglés III		
Código: ING225		
Periodo: Tercer Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: HUMANIDADES Y ARTES: Lenguas y Culturas Extranjeras e Interpretación y Traducción		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
ING235 Inglés IV	ING135 Inglés II	
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	6	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	12	
Créditos	7	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Perfil de Egreso de la Carrera en el ámbito III: Educación General e Inglés específicamente en el siguiente resultado de aprendizaje: R.A.4: Desarrollar habilidades comunicativas en el idioma inglés, para desenvolverse en situaciones cotidianas, laborales y académicas. Además, tributa al ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, del perfil de egreso, específicamente en su resultado de aprendizaje: R.A.3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés. Curso de carácter introductorio, que sienta las bases para la adquisición de las competencias lingüísticas del nivel B1 del Marco Común Europeo de las Lenguas. Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de comunicarse efectiva y naturalmente, en forma oral y escrita, en ámbitos de la vida diaria, desde el contexto personal hasta los entornos más cercanos, refiriéndose al presente y al pasado reciente, usando una escritura, pronunciación y entonación adecuadas.</p>		





IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar vocabulario y estructuras gramaticales para describir aspectos de la personalidad e información personal en forma oral y escrita. 2. Utilizar vocabulario referido a aspectos tecnológicos en forma oral y escrita. 3. Utilizar vocabulario y expresiones gramaticales para hablar del transporte público y los aspectos de la ciudad en forma oral y escrita. 4. Expresar opiniones sobre predicciones y planes futuros en forma oral y escrita. 5. Describir situaciones e historias pasadas en forma oral y escrita. 6. Utilizar estructuras y vocabulario apropiado para referirse a situaciones hipotéticas en forma oral y escrita. 7. Expresar ideas y opiniones relacionadas con gustos musicales en forma oral y escrita. 8. Describir situaciones y experiencias vividas en forma oral y escrita. 9. Utilizar estructuras y vocabulario apropiado para expresar prohibición, necesidad y obligación en forma oral y escrita. 10. Utilizar estructuras verbales pasivas para referirse a procesos productivos en forma oral y escrita. 11. Expresar ideas y opiniones referidas a situaciones de riesgo en forma oral y escrita. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. UNIDAD I: "WHO WE ARE" <ul style="list-style-type: none"> - Preguntas informativas y preguntas indirectas. - Vocabulario referido a información personal y personalidad. 2. UNIDAD II: "SO MUCH STUFF" <ul style="list-style-type: none"> - Presente perfecto. - Vocabulario referido a tecnología. 3. UNIDAD III: "SMART MOVES" <ul style="list-style-type: none"> - Verbos especiales para expresar consejo. - Vocabulario referido a transporte público y la ciudad. 4. UNIDAD IV: "THINK FIRST" <ul style="list-style-type: none"> - Predicciones y planes futuros. - Vocabulario referido a predicciones y decisiones. 5. UNIDAD V: "AND THEN..." <ul style="list-style-type: none"> - Pasado simple y pasado progresivo. - Vocabulario referido a historias. 6. UNIDAD VI: "IMPACT" <ul style="list-style-type: none"> - Expresiones condicionales. - Vocabulario referido a modales. 7. UNIDAD VII: "ENTERTAIN US" <ul style="list-style-type: none"> - Expresiones de tiempo pasado "Used to". - Vocabulario referido a música y entretenimiento. 8. UNIDAD VIII: "GETTING THERE" <ul style="list-style-type: none"> - Presente perfecto simple y presente perfecto progresivo. - Vocabulario referido a experiencias. 9. UNIDAD IX: "MAKE IT WORK" <ul style="list-style-type: none"> - Verbos especiales referidos a necesidad, prohibición y permiso. - Vocabulario referido a empleo. 10. UNIDAD X: "WHY WE BUY" <ul style="list-style-type: none"> - Voz pasiva presente y pasado. - Vocabulario referido a producción y distribución. 11. UNIDAD X: "PUSHING YOURSELF" <ul style="list-style-type: none"> - Expresiones condicionales. - Vocabulario referido a riesgos y oportunidades.



12. Expresar ideas y opiniones sobre experiencias de vida en forma y escrita.	12. UNIDAD X: "LIFE'S LITTLE LESSONS" <ul style="list-style-type: none"> - Expresiones de tiempo pasado. - Vocabulario referido a accidentes y actividades extremas.
VI. HABILIDADES TRANSVERSALES	
<p>A. La asignatura de inglés III contribuye a desarrollar las habilidades transversales de comunicación oral y escrita en el idioma inglés, además de la utilización de herramientas web 2.0 que permiten el acceso y uso de la información.</p>	
VII. MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	
<p>A. La asignatura de Inglés III contempla una metodología activo-participativa, con el apoyo de herramientas tecnológicas a través de actividades teórico-prácticas, las cuales consideran: lectura y audición de textos originales, trabajo colaborativo, juego de roles, exposiciones y actividades basadas en cumplimiento de tareas.</p> <p>B. La evaluación de los resultados esperados en la asignatura de Inglés I contempla pruebas escritas, orales y presentaciones grupales y/o individuales.</p> <p>C. Horas de estudio autónomo Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.</p>	
VIII. CONDICIONES DE APROBACIÓN	
<p>A. Se entenderá por calificación final, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota de examen. La eliminación parcial de una calificación al semestre, la que será reemplazada por el examen no aplica al Departamento de Inglés. (Art 35°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB/ Reglamento Interno Departamento de inglés).</p> <p>B. La asistencia exigida a las actividades lectivas será de un 75%, para toda asignatura de primer, segundo año y superiores de cualquier programa o carrera. El alumno de primer, segundo año y superiores que no cumpliera con la asistencia mínima establecida, no tendrá derecho a presentarse a examen y este último será calificado con la nota 1.0 (uno coma cero). (Art 41°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB/Reglamento Interno Departamento de inglés).</p> <p>C. La asistencia a pruebas, exámenes, controles, exposiciones u otras actividades de evaluación programadas, será obligatoria para los alumnos y su incumplimiento significará hacerse acreedor a la nota 1.0 (uno coma cero). Si la inasistencia se debiere a razones de salud u otras de fuerza mayor, se deberá justificar dentro de un plazo no superior de tres días desde la fecha de la evaluación. (Art 42°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB).</p> <p>D. Puntualidad a clases. Si llega más de 10 minutos atrasados, se espera al próximo módulo. <ul style="list-style-type: none"> • Exigencia de 60% para obtener nota 4,0. • Nota eximición es 6,0 (seis coma cero) </p> <p>E. Es responsabilidad de los alumnos revisar periódicamente la Intranet e imprimir, si fuese necesario, el material subido por el docente a cargo del curso.</p>	





IX. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

- Hendra L, Ibbotson M, O'Dell K. (2019). Evolve 3 Student's Book. New York: Cambridge University Press, 2018. Unidades 1-12.

Bibliografía Complementaria:

- Steiner, R.J. (1997). Simon and Schuster's International Spanish/English Dictionary. 2nd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Longman Dictionary of Contemporary English. Harlow: Longman, 2015.
- Murphy, R. (2015). Essential Grammar in Use: A self-study reference and practice book for elementary students of English: With answers (4th edition). Great Britain: Cambridge University Press.

X. CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Teórico	Ayudantía	Presencial				Personal	Créditos UNAB
		Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
8						8	16



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Integrador I: Práctica Operativa		
Código: IAHN011		
Periodo: Cuarto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar: IAHN027 Integrador II: Seminario de Grado	Requisitos previos: IAHN007 Técnicas Gastronómicas IAHN008 Gestión de Reservas y Recepción IAHN010 Liderazgo y Trabajo en Equipos	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico		
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno	3	29,75
Clínico		
Total horas dedicación semanal	32,75	
Créditos	20	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>El Integrador I: Práctica Operativa. El cual tributa al Ámbito I y al ámbito II del perfil de egreso y en el desarrollo de los siguientes resultados de los aprendizajes:</p> <p>Ámbito I: Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía</p> <p>RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.</p> <p>RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.</p> <p>RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>Ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales:</p>		





RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.

RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.

A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

En el Integrador I, el alumno utilizando como base los conocimientos adquiridos hasta este nivel, junto con los antecedentes de contactos y de su preferencia personal que le permiten elegir donde desempeñarse en el trabajo práctico de una empresa de Alojamiento Turístico.

IV.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Ámbito I: Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía

RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.

RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.

RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.

Ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales:

RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.

RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.

V.- HABILIDADES TRANSVERSALES

1. Habilidades Comunicativas.

2. Pensamiento Crítico.

3. Responsabilidad Social.

4. Razonamiento Científico y TICS.



VI.- PRODUCTOS Y DESEMPEÑOS ESPERADOS

Desempeño:

- Integrarse a un nuevo equipo de trabajo cumpliendo las responsabilidades de fondo y forma propuestas en la visión y misión de la empresa donde realice su práctica.
- Aplicar los conocimientos teóricos y complementarlos con la experiencia práctica en la problemática diaria de una empresa hotelera.
- Redactar textos de forma coherente y clara, usando las normas lingüísticas y sintácticas, gramaticales y ortográficas del idioma.
- Exponer un tema con propiedad lingüística y comunicativa, haciendo uso de tics.
- Expresar de manera oral y escrita, con solidez argumentativa la venta de productos hoteleros, la resolución de distintas problemáticas derivadas de la gestión del servicio al cliente y en el desarrollo cotidiano de sus funciones.

Productos:

- Ficha de Inscripción de Práctica
- Informe de práctica y Evaluación de la Empresa (Supervisor).

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones en el reconocimiento de aptitudes, actitudes y condiciones para identificar su lugar y área de desempeño.

- Charlas de distintas empresas del sector turístico.
- Visitas en terreno a empresas del sector turístico.
- Condiciones ofrecidas por los empleadores.
- Diferencia de las distintas áreas de desempeño.
- Prácticas y Empleos publicadas por la Escuela de Turismo y Hotelería.
- Experiencias anteriores de alumnos de la carrera.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

- Información y documentos publicados en el aula virtual del curso de práctica correspondiente.
- Existirá una evaluación realizada por el supervisor de la empresa, la cual será entregada en una rúbrica entregada por la escuela de Turismo y Hotelería.
- Reglamento de Prácticas Profesionales
- El informe de practica será evaluada a través de una Pauta e evaluación del Informe de Práctica.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudio autónomo, los estudiantes deberán experimentar el proceso de selección de una empresa hotelera, cumplir con su jornada laboral de práctica en función a turnos dispuestos por el Hotel.

Además, desempeñarán funciones operativas y de apoyo a la administración, comprendiendo los niveles jerárquicos de la organización, conjuntamente el estudiante debe construir en base a sus experiencias, el informe de práctica, concretando así los resultados de aprendizaje de este Integrador.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

- El curso se aprueba con nota final igual o superior a 4,0.





- No hay nota de Eximición.
- Los alumnos deberán reunirse durante el semestre al menos una vez con el coordinador de práctica de la escuela de turismo y Hotelería durante la realización de su práctica operativa.

El profesor guía deberá coordinar al menos una reunión con el supervisor o encargado de RRHH de la empresa para obtener la retroalimentación del desempeño del alumno.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

- Toda la utilizada en las asignaturas anteriores a la práctica.

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Teórico	Ayudantía	Presencial			Personal	Créditos UNAB
		Laboratorio	Taller	Terreno		
				4	40	44



I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Dirección de Educación General		
Nombre: Responsabilidad Social		
Código: CEGRS14		
Periodo: Semestral		
Área de Conocimiento UNESCO: Área Humanidades y Artes - Sub Área Humanidades (22)		
Requisito para cursar: No tiene	Requisitos previos: CEGPC13 Pensamiento Crítico	Co - Requisitos: No tiene
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico		
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	2,25	2,25
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	4,5	
Créditos	3	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>El curso de Responsabilidad Social tiene el propósito de desarrollar habilidades, con el objetivo de ampliar el conocimiento, reforzar el compromiso y motivar acciones positivas, es decir, habilidades que dan cuenta de "saber", "saber hacer" y "saber ser".</p> <p>Su formación contempla el desarrollo del Resultado de Aprendizaje de Formación General "Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional." Lo anterior se enmarca en el programa de Educación general de la UNAB que tiene por objetivo, dotar a los estudiantes de habilidades de formación transferibles a cualquier área disciplinar.</p> <p>Los cursos de Responsabilidad Social favorecen la inclusión social, la inserción exitosa del estudiante en el mundo laboral y, finalmente, un desarrollo humano sustentable; patentando con ello el sello UNAB que identifica al estudiante de nuestra Universidad.</p> <p>La Dimensión de Responsabilidad Social recoge el desarrollo de las otras habilidades como las comunicativas, las de razonamiento científico, las de tecnologías de la información y de pensamiento crítico. Todo esto, dentro del marco del programa de Educación General de la Universidad, que busca</p>		





desarrollar en los estudiantes habilidades transversales aplicables a cualquier especialidad y a su específico perfil de egreso.	
IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<p>AE 1.- Identificar problemas de carácter social, distinguiendo que todas las acciones y decisiones tienen un impacto positivo o negativo en su vida, condición de estudiante y futuro profesional.</p> <p>AE 2.- Aplicar buenas prácticas sociales demostrando un comportamiento de ciudadano activo a favor del desarrollo humano.</p> <p>AE 3.- Diseñar soluciones y acciones colaborativas y creativas para afrontar desafíos cotidianos, con conductas, actitudes y acciones socialmente responsables.</p>	<p>UNIDAD I: CONCEPTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es Responsabilidad Social? - Conceptos claves y ejes fundamentales de la RS. - Principios y marcos legislativos de la RS. - Parámetros de sustentabilidad. <p>UNIDAD II: VALORES Y CONDUCTAS COHERENTES CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autocuidado y Responsabilidad social. - Buenas prácticas sociales y comportamiento ciudadano activo. - Actitud ética, comprometida y corresponsable. - Contribución para un desarrollo justo y sustentable a la solución de problemas sociales. <p>UNIDAD III: DISEÑO Y EJECUCIÓN DE PROYECTO Y/O ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL APPLICABLES EN SU ENTORNO CERCANO.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificación y diseño de un proyecto de RS en corresponsabilidad. - Ejecución y puesta en práctica en escenario real de un proyecto y/o acción. - Evaluación de un proyecto de RS.
VI. HABILIDADES TRANSVERSALES	
<p>A. Pensamiento analítico y crítico.</p> <p>B. Razonamiento científico y cuantitativo / Manejo de recursos de la información.</p>	
VII. MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	
<p>A. Es requisito del curso utilizar metodologías activas, con un aprendizaje basado en talleres colaborativos y experienciales, que permitan una participación activa de los estudiantes y la evaluación de sus avances clase a clase.</p> <p>B. Respecto a la evaluación, se sugiere la utilización de rúbricas, para técnicas de observación, presentaciones orales, elaboración de informes y aprendizaje por proyectos.</p>	



VIII. CONDICIONES DE APROBACIÓN

- A. El curso contempla evaluaciones del proceso, de carácter sumativo, que ponderan un 70% de la nota final, y que representan el promedio de las evaluaciones clase a clase, más un examen final, que pondera 30%.
- B. Para aprobar el curso, se exige un 75% de asistencia.
- C. No se podrá recuperar más de 1 nota, y deberá ser debidamente justificada. La nota del examen no reemplaza ninguna nota parcial.
- D. Deben rendir examen los estudiantes que tengan un promedio final inferior a 5.5.

IX. BIBLIOGRAFÍA

Obligatoria:

- Vallaeys François, "DEFINIR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: una urgencia filosófica", Revista, Observatorio Regional de Responsabilidad Social para América Latina y el Caribe (IESALC-UNESCO) Bogotá, Colombia. Enero 2012.
- Jonas Hans "EL PRINCIPIO RESPONSABILIDAD", Revista BioEtnikos, Centro Universitario Sao Camilo, Barcelona, 2009.
- Ricoeur Paul, *capítulo IV "El Yo, el tú y la institución"* "EDUCACIÓN Y POLÍTICA: de la historia personal a la comunión de libertades", Primera Edición - Buenos Aires: Prometeo Libros: Universidad Católica Argentina, 2009#114p.

Complementaria:

- Cortina Adela, "CUIDADANOS DEL MUNDO, hacia una teoría de la ciudadanía", 2da Edición Alianza Editorial, Universidad de Guadalajara, México 2001.
- Vallaeys François, "RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA: una nueva filosofía de gestión ética e inteligente para las universidades", Revista "Educación Superior y Sociedad", Año 13, nº2, Caracas, Instituto Internacional de UNESCO para la Educación Superior en América Latina y el Caribe (IESALC-UNESCO), septiembre 2008.

X. CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial					Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno		
			3		3	6





I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Turismo y Hotelería		
Unidad responsable: Departamento de Inglés		
Nombre: English for Tourism and Hospitality I		
Código: ING235		
Periodo: Cuarto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: HUMANIDADES Y ARTES: Lenguas y Culturas Extranjeras e Interpretación y Traducción		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
ING325 English for Tourism and Hospitality II	ING225 Inglés III	
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	6	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	12	
Créditos	7	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Perfil de Egreso de la Carrera en el ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, específicamente en el siguiente resultado de aprendizaje: RA3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés. Además, tributa al ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, del perfil de egreso, específicamente en su resultado de aprendizaje: R.A.3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.</p>		
IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS	
1. Utilizar vocabulario y estructuras gramaticales para describir realizaciones personales en forma oral y escrita.	1. UNIDAD I: "AND WE ARE OFF!" - Presente Simple y progresivo (revisión). - Vocabulario referido a realizaciones.	



<ol style="list-style-type: none"> 2. Utilizar vocabulario referido a preferencias y preparación de alimentos en forma oral y escrita. 3. Utilizar vocabulario y expresiones gramaticales para hablar de la hora, el dinero ciudad en forma oral y escrita. 4. Utilizar vocabulario y expresiones para diseñar un spot publicitario en forma oral y escrita. 5. Describir situaciones y cambio de planes en el pasado en forma oral y escrita. 6. Utilizar estructuras y vocabulario apropiado para referirse a situaciones de caridad y trabajo voluntario en forma oral y escrita. 7. Contrastar ideas y opiniones relacionadas con la comunicación online vs. presencial en forma oral y escrita. 8. Describir situaciones sobre estilos de vida y laboral en forma oral y escrita. 9. Utilizar estructuras y vocabulario apropiado para expresar regulación en la vida diaria en forma oral y escrita. 10. Utilizar estructuras verbales pasivas para especular de situaciones en forma oral y escrita. 11. Expresar ideas y opiniones referidas a la vida universitaria y hechos científicos en forma oral y escrita. 12. Describir una fotografía y la historia que hay detrás de ella en forma oral y escrita. 	<ol style="list-style-type: none"> 2. UNIDAD II: "THE FUTURE OF FOOD" <ul style="list-style-type: none"> - Oraciones condicionales. - Vocabulario referido a alimentos. 3. UNIDAD III: "WHAT'S IT WORTH?" <ul style="list-style-type: none"> - Estructuras comparativas, oraciones con <i>too / enough</i>. - Vocabulario referido al tiempo, dinero y al valor de las cosas. 4. UNIDAD IV: "GOING GLOCAL" <ul style="list-style-type: none"> - Verbos especiales de especulación. - Vocabulario referido a publicidad y medios de comunicación. 5. UNIDAD V: "TRUE STORIES" <ul style="list-style-type: none"> - Pasado perfecto. - Vocabulario referido a descripción de planes. 6. UNIDAD VI: "COMMUNITY ACTION" <ul style="list-style-type: none"> - Voz pasiva en presente, pasado y con verbos especiales - Vocabulario referido al trabajo en comunidad. 7. UNIDAD VII: "CAN WE TALK?" <ul style="list-style-type: none"> - Lenguaje indirecto - Vocabulario referido a comunicación online. 8. UNIDAD VIII: "LIFESTYLES" <ul style="list-style-type: none"> - Oraciones condicionales. - Vocabulario referido a empleo. 9. UNIDAD IX: "YES, YOU CAN!" <ul style="list-style-type: none"> - Verbos especiales referidos a prohibición, permiso y obligación. - Vocabulario referido a lugares y sus regulaciones. 10. UNIDAD X: "WHAT IF ... ?" <ul style="list-style-type: none"> - Oraciones condicionales. - Vocabulario referido a descubrimientos y equivocaciones. 11. UNIDAD XI: "CONTRASTS" <ul style="list-style-type: none"> - Uso del gerundio e infinitivo. - Vocabulario referido a la ciencia y la educación universitaria. 12. UNIDAD XII: "LOOKING BACK" <ul style="list-style-type: none"> - Expresiones énfasis y referencia al expresar una idea.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------





	- Vocabulario referido a recuerdos de la infancia
VI. HABILIDADES TRANSVERSALES	
A. La asignatura de English for Tourism and Hospitality I contribuye a desarrollar las habilidades transversales de comunicación oral y escrita en el idioma inglés, además de la utilización de herramientas web 2.0 que permiten el acceso y uso de la información.	
VII. MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	
A. La asignatura de English for Tourism and Hospitality I contempla una metodología activo-participativa, con el apoyo de herramientas tecnológicas a través de actividades teórico-prácticas, las cuales consideran: lectura y audición de textos originales, trabajo colaborativo, juego de roles, exposiciones y actividades basadas en cumplimiento de tareas.	
B. Se complementarán los contenidos indicados con materiales auténticos relacionados con las áreas de turismo, hotelería y negocios.	
C. La evaluación de los resultados esperados en la asignatura de English for Tourism and Hospitality I contempla pruebas escritas, orales y presentaciones grupales y/o individuales.	
D. Horas de estudio autónomo Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.	
VIII. CONDICIONES DE APROBACIÓN	
A. Se entenderá por calificación final, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota de examen. La eliminación parcial de una calificación al semestre, la que será reemplazada por el examen no aplica al Departamento de Inglés. (Art 35°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB/ Reglamento Interno Departamento de inglés).	
B. La asistencia exigida a las actividades lectivas será de un 75%, para toda asignatura de primer, segundo año y superiores de cualquier programa o carrera. El alumno de primer, segundo año y superiores que no cumpliera con la asistencia mínima establecida, no tendrá derecho a presentarse a examen y este último será calificado con la nota 1.0 (uno coma cero). (Art 41°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB/Reglamento Interno Departamento de inglés).	
C. La asistencia a pruebas, exámenes, controles, exposiciones u otras actividades de evaluación programadas, será obligatoria para los alumnos y su incumplimiento significará hacerse acreedor a la nota 1.0 (uno coma cero). Si la inasistencia se debiere a razones de salud u otras de fuerza mayor, se deberá justificar dentro de un plazo no superior de tres días desde la fecha de la evaluación. (Art 42°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB).	
D. Puntualidad a clases. Si llega más de 10 minutos atrasados, se espera al próximo módulo. <ul style="list-style-type: none"> • Exigencia de 60% para obtener nota 4,0. • Nota eximición es 6,0 (seis coma cero) 	
E. Es responsabilidad de los alumnos revisar periódicamente la Intranet e imprimir, si fuese necesario, el material subido por el docente a cargo del curso.	



IX. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

- Goldstein, B., & Jones, C. (2019). Evolve 4 Student's Book. New York: Cambridge University Press, Unidades 1-12.

Bibliografía Complementaria:

- Steiner, R.J. (1997). Simon and Schuster's International Spanish/English Dictionary. 2nd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Longman Dictionary of Contemporary English. Harlow: Longman, 2015.
- Murphy, R. (2012). English Grammar in Use Intermediate (4th edition). New York: Cambridge University Press.

X. CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
8						8	16





I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional.		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Economía		
Código: IAHN012		
Periodo: Quinto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos: IAHN009 Contabilidad Hotelera	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	6,75
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	9,75	
Créditos	6	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía", específicamente en el Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo</p> <p>A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.</p>		



La asignatura Economía se encuentra ubicada en el quinto semestre de la carrera de ingeniería en Administración Hotelera Internacional y está orientada a entregar al alumno, al momento de finalizar el curso, una visión general de los problemas económicos que enfrenta la sociedad y su aplicación a las situaciones que ellos mismos enfrentan en el diario vivir nacional, distinguiendo claramente el concepto de costo de oportunidad en la toma racional de las decisiones, analizando cómo funcionan los mercados, identificando el concepto de elasticidad precio, cruzada e ingreso por el lado de la demanda y la elasticidad precio de la oferta.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocer las distintas variables que interactúan en la oferta y demanda de bienes y servicios en una economía. 2. Relacionar el funcionamiento de los mercados oligopolios y competencia monopolística, teniendo como marco de referencia la competencia perfecta y el monopolio 3. Juzgar el rol del estado en la provisión de bienes públicos, corregir externalidades y regulación de monopolios. 4. Argumentar las variables macroeconómicas fundamentales de la economía y que afectan al sector turístico 	<p>UNIDAD I: LA OFERTA Y DEMANDA</p> <ul style="list-style-type: none"> • La demanda • La oferta • El equilibrio de la economía • El ciclo económico <p>UNIDAD II: EL OLIGOPOLIO Y LA COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Competencia en cantidad • Competencia en Precio • El modelo líder-seguidor • Competencia monopolística • Diferenciación espacial de productos <p>UNIDAD III: EL ROL DEL ESTADO EN LA ECONOMÍA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción • El problema de las prácticas anticompetitivas • El concepto de externalidades • Bienes públicos • La tragedia de los comuneros • Asimetrías de información y costos de búsqueda • Otros roles para el Estado <p>UNIDAD IV: LA POLÍTICA MACROECONÓMICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción • La política fiscal • La política monetaria y el rol del Banco Central • La política monetaria y la inflación • El sistema financiero





VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

- A) Pensamiento Crítico.
- B) Razonamiento Científico y TICS.

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Para conseguir el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes metodologías educativas:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.

Los talleres desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de lo antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente (TIG).

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia y nota final 4.0.

C) Cada Taller es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los Talleres será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.

D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días



hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Frank, R., Rabasco, M. & Toharia, L. (2001). Microeconomía y conducta. Madrid: McGraw-Hill..
Los capítulos correspondientes a las lecturas obligatorias serán detallados en clases

Bibliografía Complementaria:

Mankiw, N. (2007). Principios de Economía. Australia: Thomson..

Páginas web:

(2018). Retrieved from <https://zoniaeconomia.com>

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
4						9	13





I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Investigación e inteligencia del mercado turístico		
Código: IAHN013		
Periodo: Quinto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN017 Marketing IAHN027 Integrador II: Seminario de Grado	FMSP016 Estadísticas	
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	6,75
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	9,75	
Créditos	6	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Ámbito II: "Gestión de los Recursos Organizacionales" del perfil de egreso de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, específicamente en los Resultados de aprendizaje:</p> <p>RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.</p> <p>RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.</p> <p>A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.</p>		



Esta asignatura se dicta en el quinto semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico/práctico y permite a los alumnos y alumnas obtener conocimientos acerca de los principales aspectos de la investigación en el marketing asociado a las empresas Turísticas y Hoteleras, otorgando al alumno habilidades para desarrollar investigaciones de mercado con la finalidad de analizar de manera correcta los diferentes segmentos de mercado que existen en la industria turística.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer la importancia que tiene la investigación de mercados en el turismo para la toma de decisiones de una empresa y para establecer la información secundaria relevante y útil.</p> <p>2.- Diseñar una investigación cuantitativa para recolectar información primaria que ayude en la construcción de los planes y estrategias de una empresa turística.</p>	<p>UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EN EL TURISMO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Necesidades de información en el turismo. • Tipificaciones turísticas. • Tipos de investigación. • Método, metodología y técnica. • Información primaria y secundaria. • Desarrollo de la perspectiva teórica. <ul style="list-style-type: none"> ○ Revisión analítica de literatura. ○ Construcción del marco teórico. • Nuevas tecnologías aplicadas a la investigación de mercados. <ul style="list-style-type: none"> ○ Influencia en el diseño de investigación. ○ Métodos de recolección de datos. <p>UNIDAD II: DISEÑO DE UNA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Delimitación del problema de investigación. • Definición de las preguntas de investigación. • Construcción de objetivos generales y específicos. • Plan de muestreo. <ul style="list-style-type: none"> ○ Población objetivo ○ Marco muestral. ○ Método de obtención de datos. ○ Método de muestreo. Probabilísticos y no probabilísticos. ○ Cálculo del tamaño de la muestra. ○ Plan de operación para recolectar información. • Diseño de cuestionarios. <ul style="list-style-type: none"> ○ Componentes. ○ Tipos de preguntas. ○ Niveles de datos. ○ Diagramación. ○ Tecnologías para elaborar cuestionarios.





3.- Construir cuestionarios que permitan obtener información útil para poder lograr los objetivos establecidos en una investigación de mercados e interpretar los resultados obtenidos.

4.- Concluir los resultados obtenidos de una investigación, utilizando análisis de datos en el marco de la inteligencia de mercados.

UNIDAD III: DISEÑO DE CUESTIONARIOS Y ANALISIS DE DATOS.

- Medidas de tendencia central.
- Medidas de dispersión.
- Análisis relacional en datos de una muestra.
- Gráficos según datos obtenidos.
- Interpretación para la toma de decisiones.

UNIDAD IV: INTELIGENCIA DE MERCADOS.

- Diferencia entre Inteligencia de Mercados, Inteligencia de negocios e Inteligencia competitiva.
- Big Data y Small Data
- Cómo obtener datos del consumidor.
 - Herramientas y plataformas de acceso público.
 - Redes Sociales como Inteligencia de Mercados.
 - Identificación de necesidades.
 - **Análisis del comportamiento del consumidor.**
- Comprensión de la competencia.
 - Identificación del producto y/o servicio determinante para el consumidor.
 - Adaptación del producto y/o servicio según datos obtenidos.
- Comprensión del mercado.
 - Identificación de mercados potenciales.
 - Detectar información relevante del consumidor.
- Estrategias según datos obtenidos por la Inteligencia de Negocios, Inteligencia competitiva e Inteligencia de Mercados.
- Herramientas de seguimiento.

VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

- A) Pensamiento Crítico
- B) Responsabilidad Social
- C) Razonamiento Científico y TICS*



VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Considerando los aprendizajes esperados que aborda el curso, se realizan:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.
- Trabajo de taller, en los cuales el profesor transmite los contenidos mediante sesiones expositivas y explicativas. El taller se desarrollará en horario de clases y normalmente en equipo.
- Exposiciones orales en la que los alumnos expondrán los resultados y propuestas demostrando coherencia del análisis y manejo del tema.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los Talleres serán evaluados a través de una pauta de observación escrita y/o rubricas.

Los talleres desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de los antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia y nota final 4.0.

C) Cada laboratorio es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los laboratorios será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.

D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días





hábil posterior a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

- Hair, J., Bush, R. and Ortinau, D. (2010). Investigación de mercados. Mexico: McGraw-Hill.

Bibliografía Complementaria:

- Sampieri, R., Collado, C. & Lucio, P. (2006). Metodología de la investigación. México: McGraw Hill.

Páginas web:

- Netquest.com. (2018). Netquest | Home. [online] Available at: <https://www.netquest.com/online-surveys-investigation> [Accessed 15 Nov. 2018].

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Personales:

Teórico	Presencial					Personal	Créditos UNAB
	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
4						9	13



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Gestión de Finanzas Hoteleras		
Código: IAHN014		
Periodo: Quinto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN022 Emprendimiento y Evaluación de Proyectos	IAHN009 Contabilidad Hotelera	
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3,75	6,75
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	10,5	
Créditos	6	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito III del perfil de egreso "Gestión de los Recursos Organizacionales" específicamente en el Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.</p> <p>Esta asignatura se dicta en el quinto semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico / práctico y permite a los alumnos obtener conocimientos,</p>		





habilidades y destrezas técnicas en el área de las finanzas reconociendo los principales instrumentos financieros transados en Chile, tanto de renta fija como variable. Le permitirá además interpretar la información de las razones financieras, conocer los principales modelos de valorización de acciones y bonos contemplando los principios de riesgo, rentabilidad, costo de oportunidad del capital y la correcta evaluación de las inversiones.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Explicar el rol, funciones del Administrador Financiero y la organización administrativa del área Finanzas 2. Relacionar los efectos de las diferentes alternativas existentes con las tasas de intereses, tiempo y capital. 3. Construir la información de las razones financieras utilizando los antecedentes entregados por los Estados Financieros, para poder tomar decisiones estratégicas en el ámbito de las finanzas. 4. Contrastar alternativas de evaluación económica financiera para la toma de decisiones en proyectos alternativos. 	<p>UNIDAD I: FUNCIÓN FINANCIERA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Administración financiera. • Maximización del valor de la empresa. • Conceptos de eficiencia en mercados financieros. • Mercados perfectos vs imperfectos. <p>UNIDAD II: FUNDAMENTOS ECONÓMICOS DE LA TASA DE INTERÉS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valor del dinero en el tiempo. • Modelo de un período. • Conceptos de matemática financiera. <p>UNIDAD III: ANÁLISIS Y PLANIFICACIÓN FINANCIERA DE CORTO PLAZO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los estados financieros. • Proyección de estados financieros. • Administración de capital de trabajo. • Análisis de razones financieras. <p>UNIDAD IV: EVALUACIÓN DE INVERSIONES.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flujo de caja relevante. • Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno. • Proyectos mutuamente excluyentes. • Proyectos incrementales. • Proyectos con diferente vida útil
VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES	
<ol style="list-style-type: none"> A) Pensamiento Crítico B) Razonamiento Científico y TICS 	
VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	
<p>A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza Para conseguir el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes metodologías educativas:</p>	



Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.

Los talleres desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de lo antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente (TIG).

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia y nota final 4.0.

C) Cada Taller es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los Talleres será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.

D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.





IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Ross, S., Westerfield, R., Jaffe, J., Villareal, P. & Araiza, J. (2012). Finanzas corporativas. México: MacGraw-Hill.

Bibliografía Complementaria:

Brealey, R., Myers, S. & Allen, F. (2014). Principles of corporate finance. New York: McGraw-Hill Irwin.

Copeland, T. & Weston, J. (1988). Financial theory and corporate policy. Reading, Mass: Addison-Wesley.

Weston y Copeland (1988), "Finanzas en Administración", Mexico: McGraw-Hill/Interamericana de Mexico (Tercera Edición)

Páginas web:

Sapag.cl. (2018). Sapag & Sapag. [online] Available at: <http://www.sapag.cl> [Accessed 15 Nov. 2018].

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
5						9	14



I.- IDENTIFICACIÓN

Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios
Nombre: Informática aplicada al turismo y estadísticas hoteleras.
Código: IAHN015
Periodo: Quinto Semestre
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales

Requisito para cursar: IAHN018 Revenue Management	Requisitos previos: FMSP016 Estadísticas	Co - Requisitos:
-------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------	-------------------------

II.- CARGA ACADÉMICA

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	5,25
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	8,25	
Créditos	5	

III.- DESCRIPCIÓN

Esta asignatura tributa al **Ámbito I: "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía"** del perfil de egreso de la carrera, específicamente en los Resultados de aprendizaje:

RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.

RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.

Por otra parte, tributa al **ámbito III: Educación General e Inglés**, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.





RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el quinto semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico/práctico y permite a los alumnos y alumnas obtener conocimientos, habilidades y destrezas técnicas necesarias para conocer, escoger y aplicar las tecnologías que pueden mejorar la gestión del negocio e incrementar la rentabilidad de las empresas turísticas y hoteleras. Además, obtener conocimientos y destrezas técnicas necesarias en el área de la estadística relacionada con la Hotelería.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Reconocer softwares utilizados para mejorar la gestión de una empresa turística, empleando el Modelo de Nölan para determinar el grado de madurez tecnológica de cada empresa.</p> <p>2.- Crear sistemas simples en Microsoft Excel para automatizar tareas repetitivas que se realicen dentro de una empresa turística.</p> <p>3.- Desarrollar funciones estadísticas en un lenguaje de programación de código abierto para modelarlo según los factores que impactan el entorno y la organización de una empresa turística, sin necesidad de un software de pago.</p>	<p>UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LA INFORMÁTICA EN LAS EMPRESAS TURÍSTICAS Y GRADO DE MADUREZ TECNOLÓGICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • La sociedad de la información y el valor de esta para una empresa turística. • Las TICs en el Turismo. • Softwares más utilizados en la industria turística: GDS, PMS, Channel Manager, POS/TPV, CRM/CRMS, CRS, Motor de reserva. <ul style="list-style-type: none"> ◦ Objetivos, funciones y beneficios para la empresa. • Modelo de 6 etapas de Nölan: "Asimilación de nuevas tecnologías en la empresa". • Análisis del modelo de Nölan en empresas Turísticas y Hoteleras. <p>UNIDAD II: MICROSOFT EXCEL INTERMEDIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Normalización de variables. • Funciones lógicas anidadas. • Funciones de búsqueda. • Grabación de macros y utilización de controles de formulario. • Creación de sistemas de tarificación simple. • Generación de bases de datos. <p>UNIDAD III: LENGUAJE DE PROGRAMACIÓN ESTADÍSTICO "R"</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interfaz de usuario RStudio y manejo de datos. • Gráficos en R. • Análisis estadísticos. • Programación de funciones.



<p>4.- Aplicar técnicas que implican análisis estadístico para generar maximización de utilidades en una empresa de alojamiento.</p>	<p>UNIDAD IV: REVENUE MANAGEMENT Y ESTADÍSTICAS HOTELERAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Introducción al Revenue Management. • Principales indicadores (Estadísticas hoteleras). • Determinación de la recolección de datos. • Segmentación de clientes. • Pronósticos y optimizaciones. • Regresiones lineales, Estimaciones curvilíneas y Modelo ARIMA. • Determinación de precios.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

- A) Pensamiento Crítico
- B) Razonamiento Científico y TICS

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Considerando los aprendizajes esperados que aborda el curso, se realizan:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.
- Trabajo de taller, en los cuales el profesor transmite los contenidos mediante sesiones expositivas y explicativas. El taller se desarrollará en horario de clases y normalmente en equipo.
- Exposiciones orales en la que los alumnos expondrán los resultados y propuestas demostrando coherencia del análisis y manejo del tema.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnostica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los Talleres serán evaluados a través de una pauta de observación escrita y/o rubricas.

Los talleres desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de los antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.





VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

- A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.
- B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia y nota final 4.0.
- C) Cada laboratorio es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los laboratorios será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.
- D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.
- E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.
- F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Emmanuel Paradis (2003), *"R para principiantes", France: Institut des Sciences de l'Evolution Université Montpellier II.*

Bibliografía Complementaria:

Hayes, D. & Miller, A. (2011). *Revenue Management for the Hospitality Industry.* Hoboken: Wiley Textbooks.

Páginas web:

Cran.r-project.org. (2018). The Comprehensive R Archive Network. [online] Available at: <https://cran.r-project.org/> [Accessed 15 Nov. 2018].

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
4						7	11



I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Food and Beverage Management		
Código: IAHN016		
Periodo: Sexto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN020 Gestión de Congresos y Eventos	IAHN004 Fundamentos de Gastronomía y Servicios	
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	7,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	9,5	
Créditos	6	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía" específicamente en el Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p>		





RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en idioma inglés, en el sexto semestre de la carrera de ingeniería en administración hotelera internacional, es de carácter teórico y permite a los alumnos desarrollar sus habilidades de gestión. Está diseñado para preparar a los estudiantes a asumir un rol activo en un primer puesto de trabajo o pasantía avanzada en un puesto administrativo. El curso considera análisis de comportamiento del consumidor, desarrollo de estrategias, programa de gestión de la higiene y evaluación del rendimiento.

IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Diferenciar los problemas y conceptos clave que sustentan el comportamiento del consumidor en el contexto de una operación de alimentos y bebidas. 2. Argumentar cómo establecer medidas de control en una operación de alimentos y bebidas. 3. Justificar un enfoque estratégico de gestión de alimentos y bebidas en base al análisis de estándares de calidad y rentabilidad. 4. Desarrollar un concepto de alimentos y bebidas, con sus objetivos y presupuesto apropiado. 	<p>UNIDAD I: FOOD AND BEVERAGE MANAGEMENT INTRODUCTION</p> <ul style="list-style-type: none"> - Purpose of F&B Management - Who are our clients? - Sales & Product Mix - Consumer behavior - Corporate and Social Responsibility <p>UNIDAD II: CONTROL MEASURES IN THE FOOD AND BEVERAGES AREA.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Performance measures - Key point indicators - HACCP-Management of food safety - Deming cycle <p>UNIDAD III: QUALITY AND PROFITABILITY STANDARDS.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evaluating performance - Resources & capabilities - Strategy Clock theory - Strategy map - Balanced Scorecard <p>UNIDAD IV: FOOD & BEVERAGE TRENDS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Food trends - Beverage trends - IP tutorials
VI. HABILIDADES TRANSVERSALES	
A) Pensamiento Crítico	



B) Razonamiento Científico y TICS.

VII. MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Considerando los aprendizajes esperados que aborda el curso, se realizan:

-Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.

-Trabajo de taller, en los cuales el profesor transmite los contenidos mediante sesiones expositivas y explicativas. El taller se desarrollará en horario de clases y normalmente en equipo.

-Exposiciones orales en la que los alumnos expondrán los resultados y propuestas demostrando coherencia del análisis y manejo del tema.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.

Los talleres y laboratorios desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de lo antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudio autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII. CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia.

C) Cada laboratorio es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los laboratorios será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.

D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.





E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

1. Kaplan, R. S. and Norton D. P. (1996) The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Boston: Harvard Business School Press.
2. Davis, B.; Lockwood, A.; Pantelidis, I.; Alcott, P. (2008) Food and Beverage Management. Butterworth-Heinemann.

Bibliografía Complementaria:

1. Abraham Pizam. (2008) International dictionary of hospitality management. U.S.A. Judy Holcomb editors.

Páginas web:

1. <https://books.google.cl/> (Búsqueda 1: HACCP, A practical Approach. Búsqueda 2: Hospitality Strategic Management: concepts and cases.)
2. TED.com

X. CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
4						10	14



I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de turismo y hotelería, facultad de economía y negocios.		
Nombre: Marketing		
Código: IAHN017		
Periodo: Sexto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN021 Comercio Electrónico	IAHN013 Investigación e Inteligencia del Mercado Turístico	
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	7,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	10,5	
Créditos	6	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía" específicamente en el Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p>		





RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.

Marketing forma parte del sexto semestre, es de carácter teórico / práctico y al momento de finalizar el curso, brinda a los alumnos las herramientas para aplicar planes de marketing dirigidos al cliente específico y segmentado para el tipo de negocio; gestionando los recursos asignados para potenciar y posicionar la marca y por ende incrementar los recursos del negocio. Esta asignatura debe ser dictada en idioma Inglés.

IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<p>1. Argumentar los tipos de mercado, comprendiendo los conceptos de mercado e industria y su relación con las demás áreas de la empresa, analizando las características propias del mercado turístico.</p> <p>2. Desarrollar nuevos productos y posicionarlos en el contexto del mercado mundial utilizando estrategias de construcción de marca y posicionamiento.</p>	<p>UNIDAD I: CONCEPTOS, PRINCIPIOS Y ENTORNO DEL MARKETING</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceptos básicos: qué es el “marketing”; necesidades, deseos y demandas del cliente; filosofías de marketing; La mezcla de marketing • Las 4 p. • Prácticas de marketing en el siglo XXI. • El entorno de marketing: microambiente; macro ambiente; El mercado global. • Analizar en mercado • Diferenciar las necesidades de los distintos rangos etarios y demográficos. • Definir la estrategia a llevar a través de la información entregada por la investigación y el posicionamiento del producto. • Investigación de mercado: Sistema de información de marketing (MIS), fuentes de información; El proceso de investigación de marketing. • Mercados de consumo: comportamiento del consumidor y proceso de toma de decisiones. <p>UNIDAD II: ESTRATEGIAS DE PRODUCTOS, SERVICIOS Y MARCAS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia central • Segmentación de mercados, focalización, diferenciación y posicionamiento. • Estrategia competitiva: Porter; análisis de la competencia; Estrategias competitivas.



<p>3. Diseñar un plan de marketing Justificando elementos del marketing mix para su posterior uso y aplicación en el proyecto real, definiendo los precios de sus productos, además de los canales y estrategias de promoción y comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing relacional: niveles de relación, gestión de la relación con el cliente (CRM). • Producto y estrategias de marca: decisiones de producto; construyendo marcas fuertes. • Desarrollo de nuevos productos y estrategias de ciclo de vida del producto. • Servicios: estrategias de marketing para servicios. • Diferenciar que tipo de producto deseamos explotar y que servicios anexos podemos desarrollar con el fin de crear una marca perdurable. • Como desarrollar un nuevo producto y potenciar su ciclo de vida. • Cuando y como expandir una marca y llevarla a venta online. <p>UNIDAD II: PROMOCIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicaciones integradas de marketing: publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas, ventas personales, marketing directo. • Comunicación efectiva: público objetivo; diseño de mensaje; elección de los medios <p>Influencias de las nuevas tecnologías y prácticas de marketing: oportunidades brindadas por las nuevas tecnologías para atraer, retener y desarrollar clientes.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

VI. HABILIDADES TRANSVERSALES

- C. Habilidades Comunicativas
- D. Responsabilidad Social

VII. MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Considerando los aprendizajes esperados que aborda el curso, se realizan:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.
- Trabajo de taller, en los cuales el profesor transmite los contenidos mediante sesiones expositivas y explicativas. El taller se desarrollará en horario de clases y normalmente en equipo.





-Exposiciones orales en la que los alumnos expondrán los resultados y propuestas demostrando coherencia del análisis y manejo del tema.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.

Los talleres y laboratorios desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de lo antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII. CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia.

C) Cada taller es evaluado, se considera de carácter obligatorio la asistencia a estos talleres. En los talleres se revisarán casos reales de marcas que han triunfado o fracasado por no corregir sus estrategias de marketing.

D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.



IX. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Burk Wood, M. (200) Kotler, P. & Armstrong, G. (2011) Marketing: An Introduction: International Edition, (10th edition). London: Pearson.

Shoemaker, S. & Shaw, M. (2008). Marketing Essentials in Hospitality and Tourism. London: Prentice-Hall.

Bibliografía Complementaria:

Texto Guía: Kotler Keller, Marketing Management / 14th edition / Philip T. Kotler, Northwestern University

Jesús Felipe Gallego (2008) Marketing para hoteles y restaurantes: en los nuevos escenarios. España. Paraninfo.

NOTA: La cantidad de unidades está referida a libros, esto no impide que se incorporen otro tipo de recursos como revistas.

X. CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
4						10	14





I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Revenue Management		
Código: IAHN018		
Periodo: Sexto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar: IAHN025 Gestión de Ingresos y Ventas	Requisitos previos: IAHN015: Informática Aplicada al Turismo y Estadísticas Hoteleras	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3,75	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	9,75	
Créditos	6	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía" específicamente en el Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p>		



RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el sexto semestre de la carrera de ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico y debe ser dictada en idioma inglés. Permite a los alumnos obtener conocimientos para elaborar estrategias que permitan la optimización de ingresos de habitaciones de un recinto hotelero, anticipándose al comportamiento del mercado.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
1.- Relacionar la importancia de la gestión de ingresos y cuantificar e interpretar los índices del comportamiento de mercado.	<p>UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A REVENUE MANAGEMENT E INDICADORES</p> <ul style="list-style-type: none"> Definición del Revenue Management, importancia y relación con otras áreas Indicadores del Revenue Management: Ocupación, Revpar, Goppar, ADR Ejercicios y casos considerando los indicadores.
2.- Comparar la oferta y demanda hotelera, justificando la asignación de precios en base al valor y al marketing mix	<p>UNIDAD II: ANALISIS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA HOTELERA EN LA DETERMINACIÓN DE PRECIOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Revisión del STAR Report. Determinación e interpretación del MPI, ARI y RGI. Valor agregado, propuesta de valor, relación precio calidad. Estrategia de precios Determinación de precio por tipo de cliente para un mismo producto (Desplazamiento).
3.- Generar estrategias por canales de distribución para el rubro de la hotelería.	<p>UNIDAD III: CANALES DE DISTRIBUCION</p> <ul style="list-style-type: none"> Canales de distribución OTAS y Metasearch
4.- Elaborar el Presupuesto Anual de Ventas de un hotel.	<p>UNIDAD IV: PRESUPUESTO DE VENTAS DE HABITACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> Proyección de la Demanda por segmento. Análisis por temporada y eventos. Aplicación del presupuesto en el Proyecto IP.





VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

- A) Pensamiento Crítico
- B) Responsabilidad Social
- C) Razonamiento Científico y TICS.

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Considerando los aprendizajes esperados que aborda el curso, se realizan:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.
- Trabajo de taller, en los cuales el profesor transmite los contenidos mediante sesiones expositivas y explicativas. El taller se desarrollará en horario de clases y normalmente en equipo.
- Exposiciones orales en la que los alumnos expondrán los resultados y propuestas demostrando coherencia del análisis y manejo del tema.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.

Los talleres y laboratorios desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de los antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia.



C) Cada taller es evaluado, se considera de carácter obligatorio la asistencia a estos talleres. En los talleres se Revisaran casos reales de marcas que han triunfado o fracasado por no corregir sus estrategias de marketing.

D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Hayes, D. & Miller, A. (2011). Revenue management for the hospitality industry. Hoboken, N.J: Wiley.

Bibliografía Complementaria:

Simón, M. (2006). Recepción : front office. Buenos Aires: Ediciones Turísticas.

Heskett, J. (1988). La gestión en las empresas de servicios. Barcelona: Plaza y Janés Editores.

Páginas web:

Revenue Solutions for the Hospitality Industry | IDEaS Revenue Solutions. (2018). Retrieved from <https://ideas.com/>

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
5						8	13





I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería Administración Hotelera internacional		
Unidad responsable: Escuela de turismo y hotelería, facultad de economía y negocios.		
Nombre: Human Resources in Hospitality		
Código: IAHN019		
Periodo: Sexto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos: IAHN010 Liderazgo y Trabajo en Equipo	Co - Requisitos:
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	9	
Créditos	5	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y la Gastronomía" específicamente en el Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.</p> <p>Human Resources in Hospitality, forma parte del sexto semestre de la carrera de Ingeniería Administración Hotelera internacional, es de carácter teórico y debe ser dictada en idioma Inglés. En</p>		



este curso los estudiantes aprenderán las funciones del departamento de recursos humanos y el concepto del rol de apoyo a la gestión de líneas. Los estudiantes estarán expuestos a una variedad de teorías contemporáneas de gestión de recursos humanos generando puntos de vista relativos al aprendizaje adquirido, utilizando sus experiencias laborales previas y su experiencia cultural como herramientas analíticas.

IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<p>1.- Diferenciar las fortalezas y debilidades asociadas con la evolución de las filosofías de gestión de personas e ilustre la importancia de adoptar un enfoque de gestión de recursos humanos estratégicos.</p> <p>2.- Relacionar la gestión de recursos humanos comprendiendo procesos de la planificación, el reclutamiento y las herramientas y teorías motivacionales.</p> <p>3.- Demostrar habilidades de asimilación, organización, conducción y seguimiento de una entrevista de reclutamiento.</p> <p>4.- Justificar el impacto de la aplicación prácticas contemporáneas de gestión de recursos humanos considerando entornos étnicos diversos, las</p>	<p>UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LOS RECURSOS HUMANOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentar el papel y la función del departamento de recursos humanos. • Desafío competitivo y gestión de recursos humanos. • Entorno legal • Identificar buenas y malas prácticas desarrolladas en el ámbito laboral. <p>UNIDAD II: PLANIFICACIÓN Y GESTION DE RECURSOS HUMANOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación estratégica y gestión de recursos humanos. • Análisis de los puestos de trabajo, descripción del trabajo y de empleo y especificación de la persona. • Reclutamiento • Teorías de la motivación (intrínseca y extrínseca) • La planificación de la entrevista • secuencia lógica. <p>UNIDAD III: PROCESOS DE SELECCIÓN DE PERSONAL.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proceso de entrevista • Selección de personal, y las estrategias para la selección. • Diferentes métodos de selección. • Contrato de empleo • Terminación del contrato de trabajo • Evaluando el desempeño de los empleados • Valoración: propósitos y Métodos. <p>UNIDAD IV: GESTION Y DESARROLLO DE RECURSOS HUMANOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo organizacional • Igualdad de Oportunidades en el Empleo • Gestión de la compensación





<p>características de las culturas nacionales y globales dentro del ámbito hotelero.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de evaluación de puestos • Igualdad de salarios • Beneficios • Rotación • Ampliación y enriquecimiento (desarrollo organizacional). • Ausencia de gestión • Revisión laboral • Formación
<p>VI. HABILIDADES TRANSVERSALES</p>	
<p>A. Pensamiento Crítico B. Responsabilidad Social</p>	
<p>VII. MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN</p>	
<p>A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza Considerando los aprendizajes esperados que aborda el curso, se realizan:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo. -Trabajo de taller, en los cuales el profesor transmite los contenidos mediante sesiones expositivas y explicativas. El taller se desarrollará en horario de clases y normalmente en equipo. -Exposiciones orales en la que los alumnos expondrán los resultados y propuestas demostrando coherencia del análisis y manejo del tema. <p>B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación: Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:</p> <p>Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.</p> <p>Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.</p> <p>Los talleres y laboratorios desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.</p> <p>Se propone además de los antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.</p> <p>C.- Horas de estudio autónomo Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.</p>	
<p>VIII. CONDICIONES DE APROBACIÓN</p>	
<p>A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la</p>	



asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia.

C) Cada taller es evaluado, se considera de carácter obligatorio la asistencia a estos talleres. En los talleres se Revisaran casos reales de marcas que han triunfado o fracasado por no corregir sus estrategias de marketing.

D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo

IX. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Snell, S. & Bohlander, G. (2013). Managing human resources. Mason, Ohio Andover: South-Western Cengage Learning distributor.

Baum, T. (2006). Human resource management for tourism, hospitality and leisure, London: Thompson.

Bibliografía Complementaria:

Harris, L., Watson, T. & Leopold, J. (2005). The strategic managing of human resources. Harlow: Financial Times Prentice Hall.

Schuler, R. (1991). Managing human resources. St. Paul: West Pub. Co.

NOTA: La cantidad de unidades está referida a libros, esto no impide que se incorporen otro tipo de recursos como revistas.

X. CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
4						8	12





I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Turismo y Hotelería		
Unidad responsable: Departamento de Inglés		
Nombre: English for Tourism and Hospitality III		
Código: ING335		
Periodo: Sexto Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: HUMANIDADES Y ARTES: Lenguas y Culturas Extranjeras e Interpretación y Traducción		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
ING425 English for Tourism and Hospitality IV	ING325 English for Tourism and Hospitality II	
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	6	6
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	12	
Créditos	7	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Perfil de Egreso de la Carrera en el ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, específicamente en el siguiente resultado de aprendizaje: RA3: Utilizar herramientas metodologías para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés. Además, tributa al ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, del perfil de egreso, específicamente en su resultado de aprendizaje: R.A.3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés. Curso, que sienta las bases para la adquisición de las competencias lingüísticas del nivel B1+ del Marco Común Europeo de las Lenguas. Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de comunicarse efectiva y naturalmente, en forma oral y escrita, en ámbitos relacionados con el área de la industria hotelera y negocios.</p>		



IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar vocabulario y estructuras gramaticales relacionadas con el trabajo realizado por los guías turísticos y administradores hoteleros, identificando tendencias globales en forma oral y escrita. 2. Utilizar vocabulario y estructuras gramaticales relacionadas con el mundo de las aerolíneas en forma oral y escrita. 3. Utilizar vocabulario y estructuras gramaticales relacionadas con el área de restaurant en la industria hotelera, en forma oral y escrita. 4. Utilizar vocabulario y estructuras gramaticales relacionadas con los servicios hoteleros en forma oral y escrita. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. UNIDAD I: "TOUR MANAGERS AND GUIDES" <ul style="list-style-type: none"> - Verbos especiales - Vocabulario relacionado con el trabajo de guías turísticos y administradores hoteleros. 2. UNIDAD II: "AIR FLIGHT SERVICES" <ul style="list-style-type: none"> - Adjetivos para describir procesos en una línea aérea. - Vocabulario referido a servicios entregados en aerolíneas. 3. UNIDAD II: "FOOD AND BEVERAGES" <ul style="list-style-type: none"> - Cuantificadores (contables – no contables) - Vocabulario referido a comidas y bebestibles 4. UNIDAD II: "HOTEL SERVICES" <ul style="list-style-type: none"> - Revisión tiempos verbales y estructuras gramaticales - Vocabulario referido a servicios hoteleros.
VI. HABILIDADES TRANSVERSALES	
<p>A. La asignatura de inglés III contribuye a desarrollar las habilidades transversales de comunicación oral y escrita en el idioma inglés, además de la utilización de herramientas web 2.0 que permiten el acceso y uso de la información.</p>	
VII. MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	
<p>A. La asignatura de Inglés III contempla una metodología activo-participativa, con el apoyo de herramientas tecnológicas a través de actividades teórico-prácticas, las cuales consideran: lectura y audición de textos originales, trabajo colaborativo, juego de roles, exposiciones y actividades basadas en cumplimiento de tareas.</p> <p>B. La evaluación de los resultados esperados en la asignatura de Inglés III contempla pruebas escritas, orales análisis de casos y presentaciones grupales y/o individuales.</p> <p>C. Horas de estudio autónomo</p> <p>Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.</p>	
VIII. CONDICIONES DE APROBACIÓN	
<p>A. Se entenderá por calificación final, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota de examen. La eliminación parcial de una calificación al semestre, la que será reemplazada por</p>	





el examen **no** aplica al Departamento de Inglés. (Art 35°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB/ Reglamento Interno Departamento de inglés).

- B. La asistencia exigida a las actividades lectivas será de un 75%, para toda asignatura de primer, segundo año y superiores de cualquier programa o carrera.

El alumno de **primer, segundo año y superiores** que no cumpliera con la asistencia mínima establecida, no tendrá derecho a presentarse a examen y este último será calificado con la nota 1.0 (uno coma cero).

(Art 41°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB/Reglamento Interno Departamento de inglés).

- C. La asistencia a pruebas, exámenes, controles, exposiciones u otras actividades de evaluación programadas, será obligatoria para los alumnos y su incumplimiento significará hacerse acreedor a la nota 1.0 (uno coma cero). Si la inasistencia se debiere a razones de salud u otras de fuerza mayor, se deberá justificar dentro de un plazo no superior de tres días desde la fecha de la evaluación. (Art 42°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB).

- D. Puntualidad a clases. Si llega más de 10 minutos atrasados, se espera al próximo módulo.

- Exigencia de 60% para obtener nota 4,0.
- Nota eximición es 6,0 (seis coma cero)

- E. Es responsabilidad de los alumnos revisar periódicamente la Intranet e imprimir, si fuese necesario, el material subido por el docente a cargo del curso.

IX. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Se utilizará una variedad de materiales auténticos impresos y digitales seleccionados de acuerdo con los contenidos y resultados de aprendizaje establecidos.

Bibliografía Complementaria:

- Steiner, R.J. (1997). Simon and Schuster's International Spanish/English Dictionary. 2nd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Longman Dictionary of Contemporary English. Harlow: Longman, 2015.
- Murphy, R. (2012). English Grammar in Use Intermediate (4th edition). New York: Cambridge University Press.

X. CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
8						8	16



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Gestión de Congresos y Eventos		
Código: IAHN020		
Periodo: Séptimo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN023 Gestión de Servicio al Cliente	IAHN016 Food and Beverage Management	
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	2,25	8,25
Ayudantía		
Laboratorio	0,75	
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	11,25	
Créditos	8	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía" específicamente en el Resultado de aprendizaje:</p> <p>RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.</p>		





Esta asignatura se dicta en el séptimo semestre de la carrera de ingeniería en administración hotelera internacional, es de carácter teórico / práctico y permite a los alumnos obtener conocimientos, habilidades y destrezas técnicas necesarias para planificar y organizar diferentes tipos de eventos, que involucren producción gastronómica y prestación de servicios, manteniendo altos estándares de calidad y adaptando éstos de forma integral a las necesidades, requerimientos e infraestructura de la empresa o institución que solicite sus servicios.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Relacionar la calidad de los materiales y equipos necesarios para un evento, cuantificando su demanda de acuerdo a cada tipo de evento.</p>	<p>UNIDAD I: INTRODUCCIÓN A LOS BANQUETES Y PUESTA A PUNTO DE INSTALACIONES Y EQUIPOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características de los diferentes tipos de eventos y Manifestaciones • Clasificación de los banquetes por tipo de evento, duración y contenido. • Conocimiento de materiales utilizados en eventos. • Equipamiento de cocina utilizado en banquetes y catering.
<p>2.- Organizar la brigada de banquetes considerando diferentes tipos actividades a desarrollar de acuerdo a cada tipo de evento, adecuando estas a las necesidades del cliente.</p>	<p>UNIDAD II: ORGANIZACIÓN DE LA BRIGADA DE BANQUETES.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perfil de la brigada de banquetes. • Organigrama de una empresa de banquetes y catering. • Funciones generales y funciones específicas de cada cargo.
<p>3.- Justificar cada etapa de un evento, considerando el proceso de adquisición, costo de los insumos, el marketing y la difusión cada tipo de manifestación.</p>	<p>UNIDAD III: PLANIFICACIÓN, COSTEO DE UN EVENTO Y COMERCIALIZACIÓN.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planificación del cálculo de material necesario según tipo de manifestación. • Calculo de uso de superficies de acuerdo a diferentes tipos de eventos. • Listados de proveedores y procedimiento de solicitud de cotizaciones. • Manejo de listados de precios y negociación con los proveedores. • Ficha técnica de bar y Ficha técnica de cocina.



4.- Desarrollar técnicas de producción y servicio en un evento, comprendiendo cada etapa del proceso, respetando aspectos nutricionales y las normas vigentes de manipulación de los alimentos.

- Cálculo del costo de mano de obra de un evento.
- Costeo de un evento Global.
- Marketing, difusión y comercialización de un evento.

UNIDAD IV: PRODUCCIÓN Y SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, DE ACUERDO A NORMAS DE PROTOCOLO ESTABLECIDAS.

- Actividades de Pre servicio (mise en place: Repaso y abrillantamiento de material).
- Planificación del pedido de insumos.
- Recepción de mercaderías e implementación de estaciones de trabajo
- Protocolo utilizado en eventos y banquetes.
- Definición del menú y fijación de precios
- Características del contrato utilizado para eventos y banquetes.

VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

- A) Habilidades Comunicativas.
- B) Razonamiento Científico y TICS.
- C) Pensamiento Crítico.

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Para conseguir el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes metodologías educativas:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.
- Pasos Prácticas de tipo inductivo, combinando con exposición de contenidos prácticos a través de las demostraciones realizadas por el docente. Estos pasos prácticos serán desarrollados en un Laboratorio implementado para este fin, con distribución de tareas grupales y responsabilidades individuales, haciendo énfasis en el trabajo en equipo y en la correcta manipulación de los alimentos.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.





Los talleres y laboratorios desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de los antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

- A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.
- B) El alumno debe presentarse con uniforme completo y herramientas correspondientes, bien peinado y afeitado en el horario de inicio de laboratorio fijado por el profesor.
- C) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia.
- D) Cada laboratorio es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los laboratorios será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.
- E) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.
- H) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.
- I) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Mesalles, Lluís. (2003). Eventos, reuniones y banquetes: organización, gestión y comercialización de los servicios contratados en un establecimiento de calidad. España: Laertes.

Bibliografía Complementaria:

Gallegos, Jesús Felipe – Peyrolon Melendo, Ramón. (2001). Diccionario de Hostelería. España. Editorial Paraninfo.

Pizam, Abraham. (2008). International dictionary of hospitality management. USA: Judy Holcomb editors.

Dossier y apuntes de la asignatura Elaborados por el docente y entregados clase a clase.

Páginas web:



Tasting Menú. (N.D.). International gastronomy restaurant and hotels. Recuperado de <http://www.tastingmenu.com/>

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
3			1			11	15





I.- IDENTIFICACIÓN

Carrera: Ingeniería Administración Hotelera Internacional

Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios

Nombre: Comercio Electrónico

Código: IAHN021

Periodo: Séptimo Semestre

Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales

Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN024 Transformación Digital y Modelos de Negocios IAHN026 Taller de Marketing Turístico	IAHN017 Marketing	

II.- CARGA ACADÉMICA

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3,0	8,25
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	1,5	
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	12,75	
Créditos	8	

III.- DESCRIPCIÓN

Esta asignatura tributa al ámbito II del perfil de egreso "Gestión de los Recursos Organizacionales" específicamente en el Resultado de aprendizaje:

RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.

RA3: Crear herramientas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.

Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.



RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el séptimo semestre de la carrera de Ingeniería Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico / práctico y permite a los alumnos obtener conocimientos, habilidades y destrezas técnicas necesarias para entender sobre el mundo digital y el desarrollo de negocios electrónicos a través de Internet y otros medios electrónicos además de prepararlo para incorporarse como un profesional capacitado en la comprensión, desarrollo y aplicación de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC).

En particular, el curso está diseñado para aquellas personas que, por su desempeño laboral o formación profesional, deben utilizar las tecnologías para el desarrollo de su negocio.

La asignatura permitirá a los estudiantes reconocer las particularidades de los negocios y transacciones electrónicas, poner en práctica los nuevos conocimientos y herramientas de evaluación técnica y financiera adquiridos. Esto, junto con las materias vistas en cursos anteriores, permitirá al estudiante realizar una adecuada mezcla de mercadotecnia electrónica aplicada a los productos (bienes y servicios) para poder desarrollarlos de manera efectiva tanto para beneficio de otros como personales en caso de desear emprender.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Deducir la aplicabilidad de Internet en el área de marketing de la empresa, relacionando conceptos y valorando el uso de esta tecnología como canal primario de los negocios de una empresa.</p> <p>2.- Justificar modelos de negocios, relacionando la realidad empresarial con los elementos estratégicos diferenciadores de un proyecto tecnológico.</p>	<p>UNIDAD I: EL MUNDO DE LA INTERNET Y SUS PARTICULARIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Naturaleza y propósito de Internet y sus particularidades. • Nacimiento y su desarrollo hasta hoy, pasado, presente y futuro de Internet. • Las diferencias técnicas y operativas que se han ido generando en distintos sectores industriales, hacer negocios antes y ahora basado en Internet y medios electrónicos. • Valoración de Internet para el área de marketing de una empresa. • Reconocer a la internet como canal primario de negocios <p>UNIDAD II: TÓPICOS LEGALES Y TECNOLÓGICOS EN E-COMMERCE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Legislación vigente en relación a los negocios y medios electrónicos • Legislación e importancia de la firma electrónica y facturas electrónicas • Implicancias comerciales y legales de las operaciones electrónicas a nivel nacional e internacional entregando ejemplos de estas.





<p>3.- Argumentar distintas realidades y escenarios posibles donde implementar cada tipo de negocio y sus características, relacionando el marketing tradicional aplicado a negocios electrónicos.</p> <p>4.- Diseñar un plan de negocios identificando adecuadamente su target y necesidades, aplicando conceptos propios del Marketing Mix electrónico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Operación de sistema cliente servidor en Internet • Aspectos sobre los dominios y direcciones IP • Relación entre los visualizadores (Browsers) y código HTML y derivados • Estructura de movimiento de correos electrónicos. • El alumno logra identificar modelo de negocio del proyecto final y trabaja relacionando temas del curso con la realidad empresarial que está trabajando. • Logra avanzar en su proyecto e incorpora elementos estratégicos diferenciadores <p>UNIDAD III: MODELOS DE NEGOCIOS ELECTRÓNICOS Y ESTRUCTURAS DE SITIOS WEB EMPRESARIALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelos de negocios tradicionales y electrónicos, aplicación del modelo de Canvas, B2B, B2C, C2C, P2P, B2G, C2G, M2M, etc. • Lenguajes de programación para el diseño y fabricación de páginas web empresariales, entre ellos la programación HTML y HTML5 • Momentos de verdad y matrices estratégicas • Como construir un sitio web transaccional para el proyecto digital definitivo. • Análisis externo e interno • Temas de marketing básicos: cadena de valor y suministro, matriz crecimiento-participación, ciclo de vida del producto. <p>UNIDAD IV: MARKETING MIX ELECTRÓNICO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de Consumidores electrónicos • Desarrollo de productos como bienes y servicios asociados a necesidades, definición de precios competitivos, entrega <i>just-in-time</i> y desarrolla campañas promocionales efectivas • Google analytics • Gestión de Productos electrónicos, precios electrónicos y distribución electrónica (Plaza) • La comunicación electrónica (Promoción) y como gestionarla. • Mercadotecnia electrónica
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------



- Segmentación y posicionamiento electrónico
- Aplicación de conceptos en un proyecto desarrollado por los alumnos.

VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

- A) Pensamiento Crítico
- B) Razonamiento Científico y TICS

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Considerando los aprendizajes esperados que aborda el curso, se realizan:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.
- Trabajo de taller, en los cuales el profesor transmite los contenidos mediante sesiones expositivas y explicativas. El taller se desarrollará en horario de clases y normalmente en equipo.
- Exposiciones orales en la que los alumnos expondrán los resultados y propuestas demostrando coherencia del análisis y manejo del tema.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los Talleres serán evaluados a través de una pauta de observación escrita y/o rubricas.

Los talleres desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de los antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

El informe escrito del proyecto del curso deberá ser enviado en el formato que se indique, vía Aula Virtual.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una





diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia y nota final 4.0.

C) Cada Taller es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los Talleres será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.

D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

- Janal, Daniel S. (2008). Marketing en Internet. México: Pearson
 Strauss, J. & Frost, R. (2009). E-marketing. Upper Saddle River, N.J: Pearson Prentice Hall.
 Rayport, J. & Jaworski, B. (2001). E-commerce. Boston: McGraw-Hill/Irwin MarketspaceU.
 Amor, D. (2000). La (r)evolución E-business : claves para vivir y trabajar en un mundo interconectado. Argentina: Pearson Education Prentice Hill.
 Laudon, K. & Traver, C. (2009). E-Commerce : negocios, tecnología y sociedad. México: Pearson.

Bibliografía Complementaria:

- Lambin. (1991). Marketing estratégico. Madrid San Juan: McGraw-Hill.
 Kotler, P., Keller, K., Pineda Ayala, L., Amador Araujo, M. and Cervantes Gonzalez, J. (2016). Dirección de marketing. Ciudad de México: Pearson Educación de México.
 David, F., Carrión, M. & ndez, L. (2003). Conceptos de administración estratégica. México: Pearson Educación.

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
4			2			11	17



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelaría, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Emprendimiento y Evaluación de Proyectos Turísticos.		
Código: IAHN022		
Periodo: Séptimo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN027 Integrador II: Seminario de Grado	IAHN014 Gestión y Finanzas Hoteleras	
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3,75	8,25
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	1,5	
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	13,5	
Créditos	8	
III.- DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelaría y la Gastronomía" específicamente en los Resultados de aprendizaje:</p> <p>RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.</p> <p>RA5: Diseñar estrategias y políticas para la organización y su estructura administrativa, elaborando programas, proyectos y planes de negocios para su implementación en la organización.</p> <p>Por otra parte, tributa al ámbito III: Educación General e Inglés, a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:</p> <p>RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.</p> <p>RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.</p>		





RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el séptimo semestre de la carrera de Ingeniería Administración Hotelera Internacional y permite al estudiante, desarrollar la capacidad de visión del negocio en una perspectiva de largo plazo, y en el contexto de un entorno cambiante, asumiendo desde el rol de emprendedor de una empresa hotelera la creación de su propia empresa o bien asumiendo dicha actitud. Para ello se entregarán los antecedentes y conceptos para el desarrollo de ideas de proyectos y negocios, la puesta en marcha de empresas el diseño y realización del plan de negocios. Además, este curso permitirá desarrollar la capacidad de análisis financiero para evaluar la mejor alternativa de financiamiento de un proyecto y la viabilidad de la idea de negocio.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar herramientas que permitan tomar decisiones en el ámbito del emprendimiento, siguiendo una metodología propia de la disciplina. 2. Argumentar los conceptos fundamentales de la preparación de la evaluación privada de proyectos. Comprender las etapas del proceso de evaluación de proyectos. 3. Justificar a través del análisis financiero la mejor alternativa del proyecto evaluado, utilizando las principales herramientas técnicas de la disciplina. 4. Desarrollar la evaluación de un proyecto del rubro de la hotelería y el turismo, contemplando la planificación de los recursos financieros para una correcta toma de decisiones y análisis de la viabilidad del negocio. 	<p>UNIDAD I: Plan de Negocios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conceptos y Objetivos • Elementos del plan de negocios • Proceso de creación de una empresa. • La decisión de crear la empresa propia. • Alternativas de Financiamiento <p>UNIDAD II: Preparación de Proyectos de Emprendimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Flujo de Caja • Técnicas de proyección cuantitativas. • Técnicas de proyección cualitativas • Estimación de los ingresos del proyecto. • Estimación de los costos del proyecto. <p>UNIDAD III: Estructura Financiera</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inversión del proyecto. • Capital de trabajo • Valor residual del proyecto. • Determinación de la tasa del proyecto. • Costos de los fondos externos y propios. • CAPM <p>UNIDAD IV: Evaluación de proyectos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Criterios de evaluación de proyectos. • Elección entre proyectos. • Opciones en un proyecto. • Optimización de proyectos.



- Análisis de sensibilidad.

VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

- A) Pensamiento Crítico.
- B) Responsabilidad Social.
- C) Razonamiento Científico y TICS.

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Considerando los aprendizajes esperados que aborda el curso, se realizan:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.
- Trabajo de taller, en los cuales el profesor transmite los contenidos mediante sesiones expositivas y explicativas. El taller se desarrollará en horario de clases y normalmente en equipo.
- Exposiciones orales en la que los alumnos expondrán los resultados y propuestas demostrando coherencia del análisis y manejo del tema.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los Talleres serán evaluados a través de una pauta de observación escrita y/o rubricas.

Los talleres desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de los antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia y nota final 4.0.





- C) Cada Taller es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los Talleres será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.
- D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.
- E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.
- F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Nassir Sapag Chain, (2006): Proyectos de inversión, Formulación y evaluación. México. Editorial Prentice Hall,.

Hitt, M., Ireland, R., Hoskisson, R., Sacristán, P. & Moreno, M. (2015). Administración estratégica : competitividad y globalización : conceptos y casos. México, D.F: Centage Learning Editores, S.A. de C.V.

Bibliografía complementaria:

Fontaine, E. (1999). Evaluación social de proyectos. México Santafé de Bogotá, Colombia: Alfaomega Ediciones Universidad Católica de Chile de la Pontificia Universidad católico de Chile.

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Teórico	Presencial					Personal	Créditos UNAB
	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
5			2			5	12



I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Turismo y Hotelería		
Unidad responsable: Departamento de Inglés		
Nombre: English for Tourism and Hospitality IV		
Código: ING425		
Periodo: Séptimo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: HUMANIDADES Y ARTES: Lenguas y Culturas Extranjeras e Interpretación y Traducción		
Requisito para cursar:	Requisitos previos: ING335 English for Tourism and Hospitality III	Co - Requisitos:
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	4,5	4,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	9	
Créditos	5	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>Esta asignatura tributa al Perfil de Egreso de la Carrera en el ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, específicamente en el siguiente resultado de aprendizaje: RA3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés. Además, tributa al ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales, del perfil de egreso, específicamente en su resultado de aprendizaje: R.A.3: Utilizar herramientas metodológicas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés. Curso de carácter introductorio, que sienta las bases para la adquisición de las competencias lingüísticas del nivel B2 del Marco Común Europeo de las Lenguas. Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de comunicarse efectiva y naturalmente, en forma oral y escrita, en ámbitos relacionados con el área de la industria hotelera y negocios.</p>		





IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Utilizar estructuras y vocabulario referido a la industria hotelera en forma oral y escrita. 2. Utilizar estructuras y vocabulario referido a la infraestructura y tecnología de las aerolíneas en forma oral y escrita. 3. Utilizar estructuras y vocabulario referido al área de restaurantes en forma oral y escrita 4. Utilizar estructuras y vocabulario referido a experiencias de viaje en la industria hotelera en forma oral y escrita. 5. Utilizar estructuras y vocabulario referido a la personalización de la experiencia de viaje en la industria hotelera en forma oral y escrita 6. Utilizar estructuras y vocabulario referido a la fidelización del cliente en la industria hotelera en forma oral y escrita. 7. Utilizar estructuras y vocabulario referido al uso de tecnologías en el transporte en la industria hotelera en forma oral y escrita 8. Utilizar estructuras y vocabulario referido a la importancia del factor humano en la industria hotelera en forma oral y escrita. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. UNIDAD I: "HOSPITALITY: HURDLES ON THE TRACK TO GROWTH" <ul style="list-style-type: none"> - El desarrollo de la industria hotelera. 2. UNIDAD II: "AIRLINES: INVESTING IN THE FUTURE OF FLIGHT" <ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura y tecnología utilizada en las aerolíneas. 3. UNIDAD III: "RESTAURANTS: DRIVING SUCCESS IN A NEW ERA OF COMPETITION" <ul style="list-style-type: none"> - El éxito en la era de la competencia en restaurantes. 4. UNIDAD IV: "BUILDING BIGGER ECOSYSTEMS: UNLOCKING THE POWER OF ADJACENT SPACES" <ul style="list-style-type: none"> - La experiencia de viaje en su totalidad. 5. UNIDAD V: "THE PATH FORWARD: DATA-CENTRIC PERSONALIZATION" <ul style="list-style-type: none"> - Experiencias personalizadas en la industria hotelera. 6. UNIDAD VI: "THE BATTLE FOR THE CUSTOMER" <ul style="list-style-type: none"> - La batalla por el cliente. 7. UNIDAD VII: "GROUND TRANSPORTATION: IMPLICATONS FAR BEYOND TRAVEL" <ul style="list-style-type: none"> - La innovación en el transporte. 8. UNIDAD VIII: "THE HUMAN ELEMENT OF THE TRAVEL EXPERIENCE" <ul style="list-style-type: none"> - La importancia del factor humano.
VI. HABILIDADES TRANSVERSALES	
<p>A. La asignatura de inglés IV contribuye a desarrollar las habilidades transversales de comunicación oral y escrita en el idioma inglés, además de la utilización de herramientas web 2.0 que permiten el acceso y uso de la información. Declaración de las habilidades transversales que se contribuye a desarrollar en la asignatura.</p>	
VII. MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	
<p>A. La asignatura de inglés IV contempla una metodología activo-participativa, con el apoyo de herramientas tecnológicas a través de actividades teórico-prácticas, las cuales consideran: lectura y audición de textos originales, trabajo colaborativo, juego de roles, exposiciones y actividades basadas en cumplimiento de tareas.</p> <p>B. La evaluación de los resultados esperados en la asignatura de Inglés III contempla pruebas escritas, orales, análisis de casos y presentaciones grupales y/o individuales.</p>	



C. Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII. CONDICIONES DE APROBACIÓN

- A. Se entenderá por calificación final, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota de examen. La eliminación parcial de una calificación al semestre, la que será reemplazada por el examen **no** aplica al Departamento de Inglés. (Art 35°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB/ Reglamento Interno Departamento de inglés).
- B. La asistencia exigida a las actividades lectivas será de un 75%, para toda asignatura de primer, segundo año y superiores de cualquier programa o carrera.
El alumno de **primer, segundo año y superiores** que no cumpliera con la asistencia mínima establecida, no tendrá derecho a presentarse a examen y este último será calificado con la nota 1.0 (uno coma cero).
(Art 41°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB/Reglamento Interno Departamento de inglés).
- C. La asistencia a pruebas, exámenes, controles, exposiciones u otras actividades de evaluación programadas, será obligatoria para los alumnos y su incumplimiento significará hacerse acreedor a la nota 1.0 (uno coma cero). Si la inasistencia se debiere a razones de salud u otras de fuerza mayor, se deberá justificar dentro de un plazo no superior de tres días desde la fecha de la evaluación. (Art 42°, Reglamento del Alumno de Pregrado UNAB).
- D. Puntualidad a clases. Si llega más de 10 minutos atrasados, se espera al próximo módulo.
- Exigencia de 60% para obtener nota 4,0.
 - Nota eximición es 6,0 (seis coma cero)
- E. Es responsabilidad de los alumnos revisar periódicamente la Intranet e imprimir, si fuese necesario, el material subido por el docente a cargo del curso.

IX. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Se utilizará una variedad de materiales auténticos impresos y digitales seleccionados de acuerdo con los contenidos y resultados de aprendizaje establecidos.

Bibliografía Complementaria:

- Steiner, R.J. (1997). Simon and Schuster's International Spanish/English Dictionary. 2nd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Longman Dictionary of Contemporary English. Harlow: Longman, 2015.
- Murphy, R. (2012). English Grammar in Use Intermediate (4th edition). New York: Cambridge University Press.

X. CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
6						6	12





I. IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Dirección de Educación General		
Nombre: Pensamiento Crítico		
Código: CEGPC13		
Periodo: Semestral		
Área de Conocimiento UNESCO: Área Humanidades y Artes - Sub Área Humanidades (22)		
Requisito para cursar: CEGRS14 Responsabilidad Social	Requisitos previos: CEGCT12 Razonamiento Científico y Tecnologías de Información	Co - Requisitos: No tiene
II. CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico		
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	1,5	2,25
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	3,75	
Créditos	2	
III. DESCRIPCIÓN		
<p>El curso del área Pensamiento Crítico de la Universidad Andrés Bello busca estimular en los alumnos habilidades relacionados con el razonamiento, el uso de la lógica y la argumentación, entre otros. Su formación contempla el desarrollo del Resultado de Aprendizaje de Formación General "Desarrollar el pensamiento crítico a través de la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias". Lo anterior se enmarca en el programa de Educación general de la UNAB que tiene por objetivo, dotar a los estudiantes de habilidades de formación transferibles a cualquier área disciplinar.</p>		



IV. APRENDIZAJES ESPERADOS	V. CONTENIDOS
<p>AE 1.- Aplicar estándares de pensamiento crítico, con estricta lógica, formal y material, para analizar en profundidad y con rigurosidad los fenómenos del entorno.</p> <p>AE 2.- Elaborar juicios y argumentos propios, acorde al modelo de Argumentación de Toulmin, basándose en el análisis de los argumentos que sustentan la información.</p> <p>AE 3.- Evaluar el pensamiento, propio y ajeno, a través de un método basado en criterios, hechos y evidencia objetiva, según estándares y valores intelectuales, distinguiendo argumentos razonables de falacias, sofismas, prejuicios y simples opiniones.</p> <p>AE 4.- Preguntar críticamente, usando el cuestionamiento sistemático y analítico como medio para disciplinar el pensamiento y el aprendizaje.</p>	<p>UNIDAD I: PENSAMIENTO CRITICO</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es el Pensamiento Crítico? - Elementos del Pensamiento. - Estándares Intelectuales. - Virtudes Intelectuales. <p>UNIDAD II: ARGUMENTACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es un argumento? - Diferencia entre argumento y opinión. - Modelos de Argumentación: ARE. <p>UNIDAD III: REFUTACIÓN Y FALACIAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Modelos de Refutación. - Técnicas de Refutación. - Falacias más comunes. <p>UNIDAD IV: TEMAS APLICADOS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Temáticas específicas de actualidad a las que aplicar el Pensamiento Crítico.
VI. HABILIDADES TRANSVERSALES	
<p>C. Comunicación oral y escrita.</p> <p>D. Razonamiento científico y cuantitativo / Manejo de recursos de la información.</p>	
VII. MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	
<p>C. Es requisito del curso utilizar metodologías activas, que permitan una participación significativa de los alumnos, y la evaluación de sus avances clase a clase. Dada la naturaleza del curso, se sugiere esencialmente el uso del Debate como herramienta metodológica.</p> <p>D. Respecto a la evaluación, se sugiere usar las rúbricas de evaluación de la Critical Thinking Foundation para el desarrollo del Pensamiento Crítico, que han sido adaptadas para evaluar debates por la Sociedad de Debate UNAB.</p>	
VIII. CONDICIONES DE APROBACIÓN	
<p>E. El curso contempla evaluaciones del proceso, de carácter sumativo, que ponderan un 70% de la nota final, y que representan el promedio de las evaluaciones clase a clase, más un examen final, que pondera 30%.</p> <p>F. Para aprobar el curso, se exige un 75% de asistencia.</p> <p>G. No se podrá recuperar más de 1 nota, y deberá ser debidamente justificada.</p> <p>La nota del examen no reemplaza ninguna nota parcial.</p>	





H. Deben rendir examen los estudiantes que tengan un promedio final inferior a 5.5.

IX. BIBLIOGRAFÍA

Obligatoria:

- Toulmin, S., (2007), *Los usos de la argumentación*, Barcelona, España. Península
- Van Eemeren, F., (2007), *Argumentación, Comunicación y Falacias. Una perspectiva pragmatológica*, Santiago, Chile. Universidad Católica de Chile.
- Aristóteles, (1990), *Retórica*, Madrid, España. Gredos

Complementaria:

- www.criticalthinking.org
- García D., R., *Diccionario de Falacias*, www.usoderazon.com
- Van Dijk, T. (2000), *El discurso como estructura y proceso*, Barcelona, España. Gedisa. (Viña)

X. CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Teórico	Presencial				Personal	Créditos UNAB
	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno		
			2		3	5



I.- IDENTIFICACIÓN

Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios
Nombre: Gestión de Servicio al Cliente
Código: IAHN023
Periodo: Octavo Semestre
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales

Requisito para cursar:	Requisitos previos: IAHN020 Gestión de Congresos y Eventos	Co - Requisitos:
-------------------------------	----------------------------------------------------------------------	-------------------------

II.- CARGA ACADÉMICA

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	4,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	7,5	
Créditos	5	

III.- DESCRIPCIÓN

Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso "Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía" específicamente en el Resultado de aprendizaje:

RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.

RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.

RA5: Diseñar estrategias y políticas para la organización y su estructura administrativa, elaborando programas, proyectos y planes de negocios para su implementación en la organización.

A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.





RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el octavo semestre de la carrera de Ingeniería en administración hotelera internacional, es de carácter teórico y permite a los alumnos obtener los conocimientos, las habilidades y las destrezas técnicas necesarias para liderar diferentes tipos de empresas que involucren servicios y productos hoteleros, proponiendo estándares de evaluación y control de la calidad de cada uno de los procesos propios de la gestión, considerando la forma adecuada de gestionar la calidad en función a las metas y objetivos fijados en la empresa donde el profesional de esta carrera preste sus servicios.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Analizar la importancia de los modelos de calidad contemplando aspectos relativos a la gestión y control de costos, considerando aspectos logísticos y tributarios vigentes.</p>	<p>UNIDAD I: MODELOS DE CALIDAD Y MEJORAMIENTO CONTINUO.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión de control de la calidad en los procesos. • El servicio como elemento diferenciador y de fidelización. • Control de costo M.P. en una empresa gastronómica. • Indicadores de productividad y rentabilidad. • La gestión de la calidad y el servicio al cliente a través de los principales modelos de calidad. • Importancia del Benchmarking en las empresas basadas en el cliente.
<p>2.- Diseñar estrategias de servicio al cliente en el proceso de creación de valor y en la gestión de las comunicaciones de la empresa.</p>	<p>UNIDAD II: ESTRATEGIAS DE SERVICIO AL CLIENTE.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing de experiencias y cambio de paradigma centrado en el producto. • La experiencia cliente desde la perspectiva de la marca del producto o servicio. • La innovación en la creación y gestión de experiencias. • Estrategias de fidelización del cliente. • La experiencia del cliente desde el punto de vista online e informático (CRM & ERP) y la integración multicanal. • El contact center en la experiencia del cliente y en la post venta.



<p>3.- Evaluar el proceso de servicio al cliente y contemplando la importancia del personal en la fidelización del cliente.</p>	<p>UNIDAD III: EVALUACIÓN Y CONTROL DE LA CALIDAD.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herramientas y fórmulas de medición existentes para evaluar la experiencia del cliente. • Dimensiones de Calidad y Método NPS. • Aplicación de encuestas en el Método NPS. • Sistemas de evaluación en el área servicio al cliente. • Impacto de la Gestión de Servicio al Cliente en el Valor de la Compañía.
<p>4.- Crear una propuesta de capacitación, para un grupo de personas que desarrollen sus actividades en el área de servicio al cliente, utilizando el método TWI, analizando los resultados obtenidos.</p>	<p>UNIDAD IV: ENTRENAMIENTO, CAPACITACIÓN Y MOTIVACIÓN DEL PERSONAL.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El rol del empleado en la experiencia del cliente. • Participación e involucramiento del personal en el servicio al cliente. • Técnicas de entrenamiento y de motivación para el recurso humano. • Método de capacitación TWI (Modelo Training Within Industry). • Desarrollo de capacitaciones basadas en el modelo TWI. <p>Análisis de los resultados y propuestas de mejoras.</p>

VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

- A) Responsabilidad Social.
- B) Razonamiento Científico y TICS.
- C) Pensamiento Crítico.

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Para conseguir el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes metodologías educativas:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.
- Pasos Prácticas de tipo inductivo, combinando con exposición de contenidos prácticos a través de las demostraciones realizadas por el docente. Estos pasos prácticos serán desarrollados en un Laboratorio implementado para este fin, con distribución de tareas grupales y responsabilidades individuales, haciendo énfasis en el trabajo en equipo y en la correcta manipulación de los alimentos.





B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.

Los talleres y laboratorios desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de lo antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

- A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.
- B) El alumno debe presentarse con uniforme completo y herramientas correspondientes, bien peinado y afeitado en el horario de inicio de laboratorio fijado por el profesor.
- C) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia.
- D) Cada laboratorio es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los laboratorios será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.
- E) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.
- H) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.
- I) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.



IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Gilmore, J., Pine, B. & Hassan, A. (2005). Marketing 1x1 : cada cliente es un mercado. Bogotá Barcelona, España: Grupo Editorial Norma.

Bibliografía Complementaria:

Zornoza, C., Cruz, S. & González, T. (2007). Gestión de la calidad : conceptos, enfoques, modelos y sistemas. Madrid Santiago, Chile: Pearson/Prentice Hall.

Colaborativo varios autores. (2012) Customer experiences: Una visión multidimensional del Marketing de experiencias, España. Libro CEMBook.

Páginas web:

Customer Experience: Una visión multidimensional del marketing de experiencias. (2018). Retrieved from <https://fernandorivero.com/mis-libros/customer-experience-una-vision-multidimensional-del-marketing-de-experiencias/>

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
4						6	10





I.- IDENTIFICACIÓN

Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional.

Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios

Nombre: Transformación digital y Modelos de negocios.

Código: IAHN024

Periodo: Octavo Semestre

Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales

Requisito para cursar:

Requisitos previos:

Co - Requisitos:

IAHN021 Comercio electrónico

II.- CARGA ACADÉMICA

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	2,25	4,5
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	1,5	
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	8,25	
Créditos	5	

III.- DESCRIPCIÓN

Esta asignatura tributa al ámbito II del perfil de egreso "Gestión de los recursos organizacionales", específicamente en los Resultados de aprendizaje:

RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, (inclusión), emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.

RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.

RA3: Crear herramientas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.

A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.



RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el octavo semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico/práctico y entrega al alumno herramientas analíticas y conceptuales que apoyen la integración de tecnología en los procesos de una empresa turística, la innovación de productos y/o servicios, la adaptación y elaboración de estrategias, y la reestructuración de su modelo de negocios.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Relacionar cómo la transformación digital impacta en el nivel de competitividad que tiene una empresa turística en el mercado, reconociendo la funcionalidad de las tecnologías especializadas en el sector turístico.</p> <p>2.- Justificar el grado de madurez tecnológica de una empresa turística, evaluando aspectos a intervenir y desarrollando soluciones acordes a la necesidad detectada.</p>	<p>UNIDAD I: QUÉ ES LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Globalización y avance tecnológico. <ul style="list-style-type: none"> ○ Tecnología actual en el turismo. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Big Data. ▪ Inteligencia artificial. ▪ Machine learning. ▪ Blockchain. ▪ Internet de las cosas. ○ Funciones y beneficios que trae a la empresa. ● Áreas en dónde impacta la integración de tecnología. ● Beneficios y problemas. ● Madurez tecnológica de una empresa. ● Tecnologías especializadas y adaptadas para la industria turística. <p>UNIDAD II: HERRAMIENTAS PARA LA EVALUACIÓN INTERNA DE LA EMPRESA.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Diagnósticos de madurez tecnológica. <ul style="list-style-type: none"> ○ Infraestructura física y lógica. ○ RR.HH. ○ Procesos. ○ Estrategias. ● Evaluación de procedimientos a través de flujos de trabajo. ● Dashboards para medir y controlar objetivos. <ul style="list-style-type: none"> ○ Business Intelligence. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fuentes de datos. ▪ Recolección de datos. ▪ Relación datos empresa / consumidor. ● Evaluación del modelo de negocios. <ul style="list-style-type: none"> ○ Estructura general. ○ Comportamiento del consumidor.





3.- Construir un plan de integración tecnológica que ayude a mejorar la competitividad que tiene una empresa en el mercado.

- Reestructuración del modelo de negocios con la estrategia del Océano Azul.

UNIDAD III: ELABORACIÓN DE UN PLAN DE INTEGRACIÓN TECNOLÓGICA.

- Análisis del diagnóstico de madurez tecnológica de una empresa.
- Definición de puntos críticos.
- Determinar los aspectos que se intervendrán.
- Definición de objetivos que persigue la integración tecnológica.
- Planificación de la integración.
- Metodologías de seguimiento.

VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

- A) Pensamiento Crítico.
- B) Razonamiento Científico y TICS.

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Considerando los aprendizajes esperados que aborda el curso, se realizan:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.
- Trabajo de taller, en los cuales el profesor transmite los contenidos mediante sesiones expositivas y explicativas. El taller se desarrollará en horario de clases y normalmente en equipo.
- Exposiciones orales en la que los alumnos expondrán los resultados y propuestas demostrando coherencia del análisis y manejo del tema.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnostica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los Talleres serán evaluados a través de una pauta de observación escrita y/o rubricas.

Los talleres desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de los antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.



VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

- A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.
- B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia y nota final 4.0.
- C) Cada Taller es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los Talleres será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.
- D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.
- E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.
- F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Javier Moreno Jabardo. (2018) Transformación digital, España, Editorial Elearning.

Bibliografía Complementaria:

Osterwalder, A., Pigneur, Y. & Clark, T. (2011). *Generación de modelos de negocio un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Barcelona: Deusto.

Loveless, A. & Williamson, B. (2017). *Nuevas identidades de aprendizaje en la era digital: creatividad, educación, tecnología, sociedad*. Madrid: Narcea.

Páginas web:

Transformación Digital. (2018). Retrieved from <https://www.divisadero.es/transformacion-digital>

Revista Transformación Digital. (2018). Retrieved from <https://www.revistatransformaciondigital.com/>

Las 5 Claves para la Transformación Digital de tu Empresa. (2018). Retrieved from <http://blog.madisonmk.com/las-5-claves-para-la-transformaci%C3%B3n-digital-de-tu-empresa>

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
3			2			6	11





I.- IDENTIFICACIÓN

Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional.

Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios

Nombre: Gestión de Ingresos y Ventas.

Código: IAHN025

Periodo: Octavo Semestre

Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales

Requisito para cursar:

Requisitos previos:

Co - Requisitos:

IAHN018 Revenue Management

II.- CARGA ACADÉMICA

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	3,75
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	6,75	
Créditos	4	

III.- DESCRIPCIÓN

Esta asignatura tributa al ámbito I del perfil de egreso: "Gestión y Dirección estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía". específicamente en los Resultados de aprendizaje:

RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.

RA5: Diseñar estrategias y políticas para la organización y su estructura administrativa, elaborando programas, proyectos y planes de negocios para su implementación en la organización.

A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.



RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Este curso se imparte en el octavo semestre de la carrera Ingeniería en Administración Hotelera Internacional y tiene el propósito de entregar a los alumnos los conceptos fundamentales de estrategias y técnicas de ventas y gestión de ingresos e introduce al alumno en el manejo de herramientas de análisis cuantitativo y cualitativo de rendimientos y precios para la operación hotelera.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS	V.- CONTENIDOS
<p>1.- Deducir los principales conceptos relacionados con las ventas.</p>	<p>UNIDAD I: INTRODUCCION A LAS VENTAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las Ventas a través del tiempo • Técnicas de Venta • Estrategias de Venta • Tipos de Venta • Técnicas, estrategias y tipos de venta al sector hotelero. • Valor Agregado del vendedor en el proceso comercial. Perfil y motivación de los vendedores exitosos. • Desde la prospección hasta la primera reunión. Reconociendo los estilos de los clientes. • Presentación de beneficios y atención de objeciones. • Los distintos tipos de cierre en ventas.
<p>2- Relacionar las características de un vendedor y la organización de los equipos de ventas.</p>	<p>UNIDAD II: LA IMPORTANCIA DE LAS VENTAS PARA EL HOTEL, CLIENTE Y PRODUCTOS.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprender el desarrollo de SPIN Y AIDA en base a ejemplos textuales y audio visuales. • Aplicar el SPIN y AIDA a las ventas Hoteleras presentando ejemplos escritos y realizando juego de Roles. • Comprender el modelo de estrategias de venta con foco en el cliente. • Aplicar el modelo de estrategia de ventas con foco en el cliente dentro del rubro de la hotelería. • Las ventas después de la venta Implementación / Cross Selling / Up selling • Supervisión. El control de la gestión del





3- Argumentar los conceptos, procesos, técnicas e ingreso de tarifas en las ventas del sector Hotelero.

4.- Diseñar el plan y presupuesto de ventas en una empresa de alojamiento turístico.

vendedor. Coaching / Reconocimientos / Reuniones de ventas.

UNIDAD III: GESTION DE LAS VENTAS EN UN HOTEL.

- Analizar los datos para la elaboración de la planilla de ingreso de ventas hoteleras.
- Construir la planilla de Ingreso de Ventas.
- Relación de cantidad de habitaciones, tarifa promedio e ingreso diario por departamentos.
- Variación en los porcentajes de ocupación e ingreso semanales, mensuales, y por temporada.

UNIDAD IV: GESTION DE PRESUPUESTO PARA UNA EMPRESA DE ALOJAMIENTO TURISTICO.

RRHH

- Organigrama del departamento de ventas
- Descripción de cargos
- Horarios de trabajo
- Remuneraciones (Estructura del Sueldo)
- Inducción / Capacitaciones

ADMINISTRATIVOS

- Establecer objetivos
- Fijar metas
- Evaluación y Control de la gestión de ventas
- Establecer beneficios e incentivos

EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA

- Espacios Físicos
- Herramientas de trabajo
- Condiciones de uso los recursos materiales y apoyo a la gestión de ventas

IDENTIFICACIÓN DE TIPOS Y NECESIDADES DE CLINTES

- Segmentación de mercado

PROVEEDORES

- Establecer necesidades de apoyo externo
- Características de los proveedores
- Costos asociados a la gestión de apoyo externa. Fijos y Variables)

VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

A) Responsabilidad Social.



- B) Razonamiento Científico y TICS.
- C) Pensamiento Crítico.

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Para conseguir el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes metodologías educativas:

- Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.

- Pasos Prácticas de tipo inductivo, combinando con exposición de contenidos prácticos a través de las demostraciones realizadas por el docente. Estos pasos prácticos serán desarrollados en un Laboratorio implementado para este fin, con distribución de tareas grupales y responsabilidades individuales, haciendo énfasis en el trabajo en equipo y en la correcta manipulación de los alimentos.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnóstica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los pasos prácticos serán evaluados a través de una pauta de observación escrita.

Los talleres y laboratorios desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de lo antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.

B) El alumno debe presentarse con uniforme completo y herramientas correspondientes, bien peinado y afeitado en el horario de inicio de laboratorio fijado por el profesor.

C) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia.





D) Cada laboratorio es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los laboratorios será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.

E) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.

H) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.

I) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Stanton, W., Buskirk, R., Spiro, R. & Moreno, A. (1997). Ventas: conceptos, planificación y estrategias. Santafé de Bogotá: McGraw-Hill.

Garofalo, G. (1997). Sólo para gerentes de ventas. México: Prentice Hall Hispanoamericana.

Bibliografía Complementaria:

Gallego, J. & Tablado, C. (2002). Gestión de hoteles: una nueva visión. Madrid: Paraninfo.

Vieytes, J. (2007). Cómo ser mejor vendedor. Buenos Aires: Longseller.

Páginas web:

www.sernatur.cl

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Teórico	Ayudantía	Presencial				Personal	Créditos UNAB
		Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
4						11	15



I.- IDENTIFICACIÓN

Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios
Nombre: Taller de Marketing Turístico
Código: IAHN026
Periodo: Octavo Semestre
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales

Requisito para cursar:**Requisitos previos:****Co - Requisitos:**

ITHN019 Marketing Turístico

II.- CARGA ACADÉMICA

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	3,75
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal		6,75
Créditos		4

III.- DESCRIPCIÓN

Esta asignatura tributa al ámbito II del perfil de egreso de la carrera de Ingeniería en Turismo y Hotelería "Gestión de los Recursos Organizacionales" específicamente en los Resultados de aprendizaje:

RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.

RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.

RA3: Crear herramientas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.

A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.





RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

Esta asignatura se dicta en el octavo semestre de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, es de carácter teórico / práctico y permite a los alumnos reforzar y poner en práctica todos los conocimientos, habilidades y destrezas técnicas desarrolladas en cursos anteriores trabajando en un proyecto real o emprendimiento, para el desarrollo de negocios turísticos.

En particular, el curso está diseñado para aquellas personas que, por su desempeño laboral o formación profesional, deben realizar evaluaciones de proyectos y gestión de los mismos, ya sea para proyectos propios o para terceros.

La asignatura permitirá a los estudiantes consolidar sus conocimientos y procedimientos de evaluación, gestión comercial y ámbito financiero.

IV.- APRENDIZAJES ESPERADOS

1.- Diferenciar usos del Marketing aplicado en proyectos de emprendimiento y departamentos comerciales de empresas relacionadas a la industria turística, tomando decisiones en base al análisis estratégico.

V.- CONTENIDOS

UNIDAD I: PRESENTACIÓN DE MATRICES Y SUS APLICACIONES, ANÁLISIS INTERNO/EXTERNO, REPASO DE CONCEPTOS.

- Repaso de conceptos, matrices y sus análisis, usos de variadas técnicas y herramientas de marketing, preparación avance 1 de proyectos.
- Objetivos del proyecto
- Análisis SEPTE
- Análisis de Atractividad de la Industria
- Misión/Visión
- Organigrama
- Workflow inicial
- Análisis FODA, Matriz IE
- Matrices EFI, EFE
- Cadena de Valor
- Plan de Marketing
- Detección y presentación de la necesidad
- Matriz PEYEA
- Variables en la elección primaria de proyectos a través de CASOS y experiencias turísticas, gastronómicas y hoteleras.
- Herramientas de análisis numérico.
- Marketing de uso estratégico para análisis competitivos.



<p>2.- Juzgar elementos del marketing mix para su posterior uso y aplicación en un proyecto real, presentando los posibles escenarios, problemáticas y soluciones.</p>	<p>UNIDAD II: INTRODUCCIÓN AL MARKETING MIX</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recordatorio de las variables del Mktg Mix • Consumidor • Investigación de Mercados • Producto / Matriz BCG • Precio, distribución, promociones • Niveles de producto • Ciclo de Vida del producto • Matriz Ansoff y Curvas de Crecimiento • Definición del Target • Matriz de productos • Investigación de mercado formal, encuestas y sus análisis. <p>Segmentos de mercado meta, mercado potencial y potencial de mercado.</p> <p>Productos de interés para un target y clasificación de niveles.</p> <p>Definición de precios, de canales y de estrategias de distribución y de comunicación.</p>
<p>3.- Justificar un proyecto en cuanto al canal de distribución y las estrategias utilizadas para promocionar y dar a conocer un producto al consumidor final.</p>	<p>UNIDAD III: PRESENTACIÓN DE PRODUCTOS Y ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Matriz de productos • Formato de Presentación • Niveles • Empaque / Etiqueta • Detalles (SKU, descripción, color, olor, etc) • Estrategia de Precio • Supuestos, Objetivos, Actividades • Costos, Financiamiento • Resultados esperados • Precios, canales y estrategias de distribución • Estrategias de comunicación. • Infraestructura tecnológica
<p>4.- Diseñar un plan de acción relacionado con el plan de marketing considerando el plan de financiamiento, sus fuentes y el cómo se logrará rentabilizar el proyecto.</p>	<p>UNIDAD IV: ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, ANÁLISIS DE INFRAESTRUCTURA TÉCNICA Y EVALUACIÓN DE PROYECTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Supuestos, Objetivos, Actividades • Costos, Financiamiento





- Resultados esperados
- Detalle de IT
- Búsqueda de faltantes
- Inversión asociada a IT
- Financiamiento
- Supuestos y análisis de sensibilidad (-10%, 0%, +10%) en relación con: Costos, Ingresos, Qty de clientes

VI.- HABILIDADES TRANSVERSALES

- A) Habilidades Comunicativas.
- B) Pensamiento Crítico
- C) Razonamiento Científico y TICS

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza

Considerando los aprendizajes esperados que aborda el curso, se realizan:

-Clases teóricas de tipo expositivas combinadas con clases que incluyan participación por parte de los alumnos en dinámicas de grupo, desarrollando de esta forma el constructivismo y el cumplimiento de habilidades transversales asociadas al ramo.

-Trabajo de taller, en los cuales el profesor transmite los contenidos mediante sesiones expositivas y explicativas. El taller se desarrollará en horario de clases y normalmente en equipo.

-Exposiciones orales en la que los alumnos expondrán los resultados y propuestas demostrando coherencia del análisis y manejo del tema.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Para evaluar el logro de los aprendizajes esperados se propone utilizar las siguientes estrategias evaluativas:

Al inicio del curso se realizará una evaluación diagnostica para evaluar formativamente al alumno a través de exposiciones grupales frente a sus compañeros con un tema asignado.

Se realizarán pruebas solemnes escritas mixtas (con preguntas abiertas y/o cerradas), presentaciones (orales y escritas) y evaluaciones prácticas, los Talleres serán evaluados a través de una pauta de observación escrita y/o rubricas.

Los talleres desarrollados durante el curso serán evaluados de forma grupal e individual, dentro de la pauta de observación antes mencionada.

Se propone además de los antes expuesto desarrollar un trabajo grupal de investigación, sobre una temática específica entregada por el docente.

El informe escrito del proyecto del curso deberá ser enviado en el formato que se indique, vía Aula Virtual.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudios autónomo los estudiantes deberán desarrollar guías, ejercicios, elaborar informes, esquematizar sus apuntes y textos de apoyo en forma individual y grupal pertinentes a la asignatura.



VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

- A) Existirán calificaciones parciales y calificación final, conforme a lo establecido en los programas de las asignaturas. El alumno deberá ser informado al respecto en la entrega del programa de la asignatura al inicio del período. La nota de presentación a examen será el promedio ponderado de las calificaciones parciales, las que deberán ser publicadas con a lo menos una semana de anticipación a la fecha del examen. Se entenderá por calificación final, salvo que el plan o programa establezca una diferente, el promedio ponderado de la nota de presentación y la nota del examen, considerando un 70% de la nota de presentación y un 30% de la nota del examen.
- B) Para la aprobación de la asignatura deberá tener un mínimo de 75% de asistencia y nota final 4.0.
- C) Cada Taller es evaluado, se consideran de carácter obligatorio. La ausencia a los Talleres será evaluada con nota 1.0. El alumno no podrá ingresar al laboratorio con 10 minutos de retraso, pasado ese tiempo será considerado ausente siendo evaluado con la nota mínima.
- D) La eximición del ramo será posible para los alumnos con nota de presentación 5,5 como mínimo y un 75% de asistencia a clases.
- E) La inasistencia a las evaluaciones deberán justificarse con certificado médico o documento pertinente, previamente entregado en la dirección de carrera, con un plazo máximo de tres días hábiles posteriores a la fecha de la evaluación. Este conducto regular será el modo exclusivo que permita recuperar la nota de evaluación.
- F) La inasistencia a una evaluación tendrá como resultado nota 1,0 y NO podrá reemplazarse por la nota del examen según art. 36º Reglamento académico último párrafo.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía Obligatoria:

Kotler, P., Keller, K., Pineda Ayala, L., Amador Araujo, M. and Cervantes Gonzalez, J. (2016). Dirección de marketing. Ciudad de México: Pearson Educación de México.

Bibliografía Complementaria:

Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2015). Marketing turístico. Madrid: Pearson.

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Presencial						Personal	Créditos UNAB
Teórico	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno	Clínico		
4						5	9





I.- IDENTIFICACIÓN

Carrera: Ingeniería en Turismo y Hotelería

Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios

Nombre: Integrador II: Seminario de Grado

Código: ITHN027

Periodo: Octavo Semestre

Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales

Requisito para cursar:	Requisitos previos:	Co - Requisitos:
IAHN028 Integrador III: Práctica Administrativa	IAHN011 Integrador I: Practica Operativa IAHN013 Investigación e Inteligencia del Mercado Turístico IAHN022 Emprendimiento y Evaluación de Proyectos	

II.- CARGA ACADÉMICA

Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico	3	9
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller	2	
Terreno		
Clínico		
Total horas dedicación semanal	14	
Créditos	8	

III.- DESCRIPCIÓN

El Integrador II: Seminario de Grado corresponde a una actividad de último semestre. El cual tributa al Ámbito III: Gestión de los Recursos Organizacionales del perfil de egreso y en el desarrollo de los resultados de aprendizaje

RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.

RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.

A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:



RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

En el Integrador III, el alumno utilizando como base los conocimientos adquiridos hasta este nivel, junto con la recopilación de antecedentes bibliográficos pertinentes y trabajo práctico, debe elaborar un Plan de Negocios o una Investigación.

IV.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE	V.- HABILIDADES TRANSVERSALES
<p>Ámbito III: Gestión de los Recursos Organizacionales del perfil de egreso y en el desarrollo de los resultados de aprendizaje</p> <p>RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.</p> <p>RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Habilidades Comunicativas. 2. Pensamiento Crítico. 3. Responsabilidad Social. 4. Razonamiento Científico y TICS.
VI.- PRODUCTOS Y DESEMPEÑOS ESPERADOS	
<p>Desempeño:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplicar e integrar los conocimientos, habilidades y actitudes adquiridas a través de las distintas asignaturas del Plan de Estudio para de manera guiada, elaborar una metodología de trabajo y propuestas finales como resultado. <p>Productos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Informe grupal con la recopilación de información, el planteamiento de la hipótesis, desarrollo metodológico y propuestas estratégicas. - Defensa oral de la recopilación de información, el planteamiento de la hipótesis, desarrollo metodológico y propuestas estratégicas. 	
VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	
<p>A.- Orientaciones metodológicas respecto de las estrategias de enseñanza</p> <p>Considerando los aprendizajes esperados que aborda el curso, se realizan:</p>	





- Talleres de apoyo, en los cuales el profesor transmite los contenidos mediante sesiones expositivas y explicativas. Se implementa el estudio y trabajo autónomo para desarrollar la capacidad de autoaprendizaje.
- Reuniones programadas con el profesor de la asignatura y con profesor guía asignado.
- Exposiciones orales, en las cuales los alumnos transmiten los resultados del trabajo final.

B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

Los aprendizajes esperados se evaluarán mediante:

- Informe escrito del Planteamiento General del tema de Tesis.
- Informe Avance 1 y 2: Pauta según área de Tesis.
- Revisión de avances con profesor guía asignado.

El examen evalúa todos los contenidos del curso por medio de una Presentación oral del trabajo final desarrollado durante el semestre.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

- El curso se aprueba con nota final igual o superior a 3.95.
- No hay nota de Eximición.
- Los alumnos deberán reunirse durante el semestre un mínimo de 3 veces con el profesor guía asignado. A cada profesor guía, se le hará entrega de un listado con los alumnos que le fue estipulado por el Director de Carrera; el cual tendrá que aprobar si el o los alumnos están aptos para rendir su presentación de seminario de título, aquellos alumnos que no sean aprobados por su profesor guía serán calificados con la nota mínima 1.0
- La justificación de inasistencia a alguna evaluación solemne se debe realizar en la unidad académica correspondiente. La ausencia a cualquier evaluación sin justificación es evaluada con nota 1.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Obligatoria:

- Fuentes bibliográficas, seleccionadas y entregadas por el profesor de la asignatura y profesor guía.

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Horas Pedagógicas:

Teórico	Presencial				Personal	Créditos UNAB
	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno		
4	0	0	3	0	12	19



I.- IDENTIFICACIÓN		
Carrera: Ingeniería en Administración Hotelera Internacional		
Unidad responsable: Escuela de Turismo y Hotelería, Facultad de Economía y Negocios		
Nombre: Integrador III: Práctica Profesional Administrativa		
Código: IAHN028		
Periodo: Octavo Semestre		
Área de Conocimiento UNESCO: Servicios (81) Servicios Personales		
Requisito para cursar:	Requisitos previos: IAHN027 Integrador II: Seminario de Grado.	Co - Requisitos:
II.- CARGA ACADÉMICA		
Tipo de Actividad	SCT (horas cronológicas)	
	Directas	Personal
Teórico		
Ayudantía		
Laboratorio		
Taller		
Terreno	3	12
Clínico		
Total horas dedicación semanal	15	
Créditos	4	
III.- DESCRIPCIÓN		
El Integrador III: Práctica Profesional Administrativa. tributa a los Ámbitos I y II del perfil de egreso en el desarrollo de los siguientes resultados de aprendizaje:		
Ámbito I: Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía		
RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.		
RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.		
RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.		
RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.		
RA5: Diseñar estrategias y políticas para la organización y su estructura administrativa, elaborando programas, proyectos y planes de negocios para su implementación en la organización.		
Ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales:		





RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.

RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.

RA3: Crear herramientas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.

A su vez, tributa al ámbito III: "Educación General e Inglés", a través de los siguientes Resultados de Aprendizaje:

RA1: Desarrollar el pensamiento crítico mediante la argumentación, exponiendo a través de un lenguaje oral y escrito adecuado al ámbito académico y profesional, y utilizando un método basado en criterios, hechos y evidencias.

RA2: Relacionar la formación académica con el propio entorno desde un principio de responsabilidad social, considerando la dimensión ética de prácticas y/o discursos cotidianos, y en el ejercicio profesional.

RA3: Elaborar proyectos de investigación con sus respectivas consideraciones éticas, de acuerdo a enfoques metodológicos cuantitativos y/o cualitativos reconocidos por su área disciplinar, utilizando de forma eficaz las tecnologías de la información.

El Integrador III: Práctica Profesional Administrativa, es una asignatura final de la carrera de Ingeniería en Administración Hotelera Internacional, la cual tiene como objetivo primordial que el alumno pueda aplicar en situaciones concretas de su trabajo, los conocimientos adquiridos durante las asignaturas cursadas hasta el octavo semestre de la carrera. El estudiante de esta forma, se podrá proyectar, estrechando vínculos con los ejecutivos y contactos del sector hotelero, considerando de esta forma el ámbito laboral futuro del alumno y su empleabilidad en el mercado hotelero.

IV.- RESULTADOS DE APRENDIZAJE	V.- HABILIDADES TRANSVERSALES
<p>Ámbito I: Gestión y Dirección Estratégica de Recursos para la Hotelería y Gastronomía</p> <p>RA1: Utilizar los recursos hoteleros y gastronómicos para garantizar la calidad, gestionando actividades y servicios en función a las exigencias de la industria de la hospitalidad.</p> <p>RA2: Operar los servicios en diferentes áreas de la organización para satisfacer las necesidades de los clientes.</p> <p>RA3: Analizar el entorno y la organización interna con una visión actual y prospectiva que facilite la toma de decisiones.</p> <p>RA4: Analizar los factores que impactan el entorno y la organización, evaluando las causas y consecuencias de la economía en el turismo.</p> <p>RA5: Diseñar estrategias y políticas para la organización y su estructura administrativa,</p>	<p>1. Habilidades Comunicativas.</p> <p>2. Pensamiento Crítico.</p> <p>3. Responsabilidad Social.</p> <p>4. Razonamiento Científico y TICS.</p>



elaborando programas, proyectos y planes de negocios para su implementación en la organización.

Ámbito II: Gestión de los Recursos Organizacionales:

RA1: Gestionar el desarrollo de recursos financieros, tecnológicos y su aplicación a sistemas de gestión, proyectando oportunidades de desarrollo de innovación, emprendimiento y modelos de negocios en el mercado turístico chileno e internacional.

RA2: Gestionar el marketing, la política comercial y los recursos humanos de la organización, en función al logro de indicadores y metas.

RA3: Crear herramientas para enfrentar los requerimientos de la industria hotelera internacional con un adecuado manejo del idioma inglés.

VI.- PRODUCTOS Y DESEMPEÑOS ESPERADOS

Desempeño:

- Integrarse a un nuevo equipo de trabajo cumpliendo las responsabilidades de fondo y forma propuestas en la visión y misión de la empresa donde realice su práctica.
- Aplicar los conocimientos teóricos y complementarlos con la experiencia práctica en la problemática diaria de una empresa hotelera.
- Redactar textos de forma coherente y clara, usando las normas lingüísticas y sintácticas, gramaticales y ortográficas del idioma.
- Exponer un tema con propiedad lingüística y comunicativa, haciendo uso de tics.
- Expresar de manera oral y escrita, con solidez argumentativa la venta de productos hoteleros, la resolución de distintas problemáticas derivadas de la gestión del servicio al cliente y en el desarrollo cotidiano de sus funciones.

Productos:

- Ficha de Inscripción de Práctica
- Informe de práctica y Evaluación de la Empresa (Supervisor).

VII.- MODALIDAD DIDÁCTICA Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN

A.- Orientaciones en el reconocimiento de aptitudes, actitudes y condiciones para identificar su lugar y área de desempeño.

- Charlas de distintas empresas del sector turístico.
- Visitas en terreno a empresas del sector turístico.
- Condiciones ofrecidas por los empleadores.
- Diferencia de las distintas áreas de desempeño.
- Prácticas y Empleos publicadas por la Escuela de Turismo y Hotelería.
- Experiencias anteriores de alumnos de la carrera.





B.- Orientaciones respecto de los procedimientos e instrumentos de evaluación:

- Información y documentos publicados en el aula virtual del curso de práctica correspondiente.
- Existirá una evaluación realizada por el supervisor de la empresa, la cual será entregada en una rúbrica entregada por la escuela de Turismo y Hotelería.
- Reglamento de Prácticas Profesionales
- El informe de practica será evaluada a través de una Pauta e evaluación del Informe de Práctica.

C.- Horas de estudio autónomo

Durante las horas de estudio autónomo, los estudiantes deberán experimentar el proceso de selección de una empresa hotelera, cumplir con su jornada laboral de práctica en función a turnos dispuestos por el Hotel.

Además, desempeñarán funciones de gestión administrativa, participando en la toma de decisiones siendo un aporte a la dirección del hotel. Conjuntamente el estudiante debe construir en base a sus experiencias, el informe de práctica, concretando así los resultados de aprendizaje de este Integrador.

VIII.- CONDICIONES DE APROBACIÓN

- El curso se aprueba con nota final igual o superior a 4,0.
- No hay nota de Eximición.
- Los alumnos deberán reunirse durante el semestre al menos una vez con el coordinador de práctica de la escuela de turismo y Hotelería durante la realización de su práctica operativa.

El profesor guía deberá coordinar al menos una reunión con el supervisor o encargado de RRHH de la empresa para obtener la retroalimentación del desempeño del alumno.

IX.- BIBLIOGRAFÍA

Obligatoria:

- Toda la utilizada en las asignaturas anteriores a la práctica.

X.- CORRESPONDENCIA CRÉDITOS UNAB

Teórico	Presencial				Personal	Créditos UNAB
	Ayudantía	Laboratorio	Taller	Terreno		
0	0	0	0	4	16	20(*)

(*)El cálculo de las créditos de esta asignatura, se ha realizado en razón de 8 semanas, ya que es la cantidad de semanas las cuales los estudiantes realizan su práctica profesional.



