

III PARTE
BACHILLERATO EN GESTION EMPRESARIAL
DEL TURISMO SOSTENIBLE

DESCRIPTORES DE LOS CURSOS DEL TRONCO COMUN
Y DE LOS ÉNFASIS

DESCRPTORES DE LOS CURSOS DEL TRONCO COMÚN

**TABLA 15
BACHILLERATO EN GESTION EMPRESARIAL DEL TURISMO SOSTENIBLE
CURSOS DEL TRONCO COMUN**

CODIGO	NOMBRE DEL CURSO	CREDITOS
NIVEL I, I CICLO		
	Estudios Generales	03
	Estudios Generales	03
	Taller Sistema Turístico	03
	Geografía Turística de Costa Rica	03
	Inglés I para Turismo	06
Total Créditos		18
NIVEL I, II CICLO		
	Estudios Generales	03
	Estudios Generales	03
	Taller de Patrimonio Cultural Costarricense	03
	Métodos Estadísticos para Turismo	03
	Inglés II para Turismo	06
Total Créditos		18
NIVEL II, III CICLO		
	Métodos de Investigación para Turismo	03
	Contabilidad para Empresas Turísticas	03
	Fundamentos de Administración para Empresas Turísticas	03
	Gestión de Empresas Gastronómicas	03
	Inglés III para Turismo	06
Total Créditos		18
NIVEL II, IV CICLO		
	Introducción a las Finanzas para Turismo	03
	Seminario de Organización Comunal	03
	Mercadeo para Empresas Turísticas	03
	Gestión de Empresas de Hospedaje	03
	Inglés IV para Turismo	06
Total Créditos		18
NIVEL III, V CICLO		
	Gestión de Agencias de Viajes	03
	Planificación del Desarrollo Turístico	03
	Gestión del Turismo Alternativo	03
	Gestión de Recursos Humanos para Empresas Turísticas	03
	Expresión Oral: Perspectivas del Turismo	06
Total Créditos		18
SUBTOTAL CREDITOS CURSOS TRONCO COMUN		90

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 400
Curso:	Taller del Sistema Turístico
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	I Nivel, I Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (3 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este curso proporciona los conocimientos teóricos y prácticos fundamentales de la evolución de la actividad turística, para la comprensión de otros cursos de la carrera. Se analizará y aplicará la teoría de los términos y los diferentes aspectos en la prestación de los bienes y servicios, así como el impacto de la actividad en el ámbito social, económico y cultural. Además, de acuerdo con la terminología moderna, diferenciará entre formas, tipos y clases de turismo.

La práctica se basa en un trabajo de campo, que permita comprender el funcionamiento y la categorización de la actividad turística en la Región Chorotega. En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

1. El curso le permitirá al estudiante alcanzar los siguientes objetivos:
2. Analizar los principales elementos que definen y caracterizan al turismo desde una perspectiva empresarial vinculada a procesos socioeconómicos, históricos y técnicos, con una visión clara del entorno nacional como internacional para el desarrollo empresarial del turismo en CR.
3. Estudiar los orígenes, evolución y actores del turismo, para entender mejor las condiciones actuales y tendencias del turismo.
4. Comprender el funcionamiento del sistema turístico como actividad económica, desde la perspectiva de estudios de la organización de conglomerados empresariales vinculados al turismo.

5. Estudiar el turismo desde la capacidad de generar beneficios socioeconómicos y mejorar la calidad de vida a poblaciones receptoras de turismo.
6. Proponer alternativas de prácticas turísticas sostenibles, competitivas y equitativas en la distribución de los ingresos generados por la actividad.
7. Estudiar el turismo en Costa Rica, de manera que se pueda aportar al desarrollo turístico planificado y con participación local.

CONTENIDOS

- Conceptualización de la actividad turística.
- Evolución de la actividad turística.
- Clasificación del Turismo
- Funcionamiento del Sistema Turístico
- Categorización del Producto Turístico.
- Analizar la actividad turística en Costa Rica y en la Región Chorotega.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

El curso se desarrolla bajo la modalidad de taller, de manera que los participantes asumen incorporación activa en las diferentes actividades teóricas y prácticas que se desarrollen. La asistencia y participación es obligatoria a todas las actividades, así como la entrega y presentación de las prácticas de campo que se realicen como complemento de la teoría. La asistencia es obligatoria, por lo que a partir de 3 ausencias el participante pierde el curso.

Se contempla la realización de prácticas cortas para casos de empresas turísticas costarricenses, donde el participante logre incorporar el conocimiento teórico a la realidad empresarial.

BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

- Quesada, Renato. (2001). Elementos del Turismo. San José. Euned. Costa Rica.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Acerenza, M. (1991) Administración del Turismo: Conceptualización y Organización. Volumen 1. Editorial Trillas, México.
- Alister Mathienson, Geoffrey Wall. (1990). Turismo: Repercusiones Económicas, Físicas y Sociales. México: Editorial Trillas.
- Boullón, R. (1992) Las Actividades Turísticas y Recreacionales: El Hombre Como Protagonista. Editorial Trillas. México.
- De La Torre, F. (1994). Introducción al Estudio del Turismo. Editorial CECSA. México.
- Educatur. (1990). Legislación Turística de Costa Rica. Costa Rica.
- Gurría, M. (1994). Introducción al Turismo. Editorial Trillas. México.
- Molina, S. (1991). Conceptualización del Turismo. Editorial Limusa. México.
- Plan Nacional de Turismo Sustentable 2002 – 2010
- Referencia en línea: boletín-turistico.com

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 401
Curso:	Geografía Turística de Costa Rica
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	I Nivel, I Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (3 Teoría)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ningún requisito
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Este curso ofrece al estudiante una visión integral de la actividad turística como un elemento determinante en la configuración espacial del territorio costarricense y en el desarrollo nacional. El curso tiene como objetivo introducir el marco conceptual del turismo, sus diferentes enfoques y su relación con la geografía, enfatizando en la localización, distribución y la repercusión espacial de las actividades turísticas. Además se pretende analizar las características físicas, ambientales y socioeconómicas de Costa Rica, en donde se desarrolla el atractivo, la infraestructura y las actividades turísticas.

La práctica de este curso consiste en aplicar técnicas de campo que le permitan manejar instrumentos y métodos de planificación turística, fundamentales en la geografía turística como son: inventarios de recursos turísticos, determinación de capacidad de carga de visitantes, zonificación, encuestas, entrevistas etc, así como estudios de planes de desarrollo turísticos y de uso de la tierra, entre otros. Se programará una gira de campo grupal para desarrollar éstos temas.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

1. Estudiar los aspectos conceptuales de la geografía y su relación con el entorno de la actividad turística
 2. Reconocer las características físicas y socioeconómicas de CR, dentro del entorno de la actividad turística.
 3. Explicar la importancia que tiene la división política, administrativa y el uso de los mapas en la actividad turística.
 4. Identificar los atractivos turísticos y la ordenación geográfica de los mismos, desarrollada en el territorio Costarricense
1. Identificar diversas actividades turísticas de la región Chorotega
 2. Analizar la problemática actual que presenta el turismo en CR y su perspectiva de desarrollo que tiene hacia el futuro.

CONTENIDO

- Introducción a los Conceptos Básicos en Geografía
- Elementos Básicos de Cartografía
- Los Componentes del Turismo
- Tipos de Turismo
- Factores Geográficos que Influyen en la localización de las actividades turísticas.
- Características y Situación del Turismo en Costa Rica
- Rutas y Circuitos Turísticos Nacionales.
- Turismo y Comunidades Locales
- Ordenamiento del Espacio Turístico

METODOLÓGIA

Este curso se basa en un proceso interactivo, por parte, de la explicación del profesor, la participación de los alumnos, del análisis del material, las discusiones de casos. De investigaciones de campo que serán determinantes en el proceso de aprendizaje.

El estudiante realizará lecturas sobre el tema y aplicará técnicas de la geografía, las cuales se complementaran con giras a lugares turísticos del país. Se contempla una gira de campo grupal para desarrollar los diferentes temas.

BIBLIOGRAFIA

- Báez, A y Acuña A. (1998). Guía para las Mejores Prácticas de Ecoturismo en las Áreas Protegidas de Centroamérica. Turismo y Conservación Consultores S.A. Costa Rica. Editorial EUNED.
- DEPPAT S.A y EDAW Inc. (1998). Plan General de Usos de la Tierra en la Zona Costera de la Unidad de Planeamiento Guanacaste Norte. San José, Costa Rica.
- Flores, E. (2001). Geografía de Costa Rica. EUNED. Costa Rica.
- González, R. (1999). Geografía Física de Costa Rica. EUNED. Costa Rica.
- JICA-ICT (2001). Estudio para el plan de uso de la tierra en las zonas costeras de las unidades de planeamiento turístico en la República de Costa Rica (LUPLANT-ZMT21). Agencia de Cooperación Internacional del Japón -Instituto Costarricense de Turismo Reporte Final (3 volúmenes y 1 atlas).

Universidad Nacional
Facultad de Filosofía y Letras
Escuela de Literatura y Ciencias del Lenguaje
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	LIY430
Curso:	Inglés I para Turismo
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	I Nivel, I Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	6
Horas Semanales:	16
Horas Presenciales:	8 (4 Teoría – 4 Práctica)
Horas Estudio Independiente	8
Horas Docente:	8
Horas de atención a estudiantes:	3
Requisitos:	Ningún requisito
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN

Inglés I para Turismo, es el primero de seis cursos intensivos en el que de forma integrada, se pretende iniciar al estudiante en el desarrollo de las cinco habilidades básicas de la lengua inglesa las cuales se denominan: comunicación oral, comprensión auditiva, lectura, comunicación escrita y cultura. Con el desarrollo de estas habilidades, el estudiante da inicio al proceso del manejo del idioma inglés con una aplicación básica de las habilidades mencionadas pero tratando de brindarle un entorno rico en situaciones reales. Al finalizar el curso, el estudiante contará con un nivel principiante alto según la escala ACFTL. Asimismo, se le brinda al estudiante sesiones de laboratorio.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

El estudiante será capaz de:

1. Utilizar técnicas de comprensión y percepción auditiva.
2. Mostrar comprensión auditiva de material en inglés.
3. Mostrar conocimiento de algunas técnicas básicas de lectura.
4. Comunicarse oralmente en diversas situaciones de la vida cotidiana.

5. Usar formas simples de las funciones del lenguaje para comunicarse apropiadamente.
6. Conocer y utilizar diversas estructuras gramaticales.
7. Utilizar un vocabulario básico y pronunciarlo adecuadamente.
8. Usar técnicas básicas de composición para comunicarse en forma escrita.
9. Comunicarse por escrito de modo informal y creativo.
10. Expresarse en forma oral y escrita sobre rasgos fundamentales de su propia cultura y la extranjera.

CONTENIDO

Comunicación oral

- Como iniciar una conversación,
- Saludos
- Presentaciones
- Entrevistas cortas
- Conversaciones sobre: preferencias, vacaciones, estados del tiempo, música, ocupaciones, hábitos alimenticios, experiencias personales, medios de comunicación, anuncios comerciales, compras, costumbres, experiencias de viaje, experiencias pasadas, valores humanos, canciones, tipos de viviendas, estilos de vida, el cuerpo humano y características personales.
- Como ordenar y rechazar alimentos, comparación de hábitos alimenticios.
- Dar y solicitar direcciones
- Solicitar y responder a solicitudes
- Disculparse
- Realizar descripciones, comparaciones, sugerencias,
- Discutir (“agreeing and disagreeing”)
- Dar opiniones, cumplidos, conducir entrevistas de trabajo, llamadas telefónicas.
- Dramatizar discusiones, entrevistas, y situaciones varias.

Comprensión auditiva y pronunciación

- Ideas principales
- Percepciones
- Formas reducidas
- Palabras enfatizadas
- Inferencias, diferencias entre Can y Can't
- Simple past regular verbs
- Vowel sounds
- Consonants
- Consonants Clusters
- Stress and rhythm
- Sentence stress and contracted forms
- Linking
- Compound adjectives
- The alphabet
- Intonation

- Comprensión auditiva de canciones, entrevistas, conversaciones, programas de radio y televisión, anuncios comerciales, descripciones, presentaciones.

Comunicación Escrita

- El verbo Be
- Presente simple
- Be/have/can
- Adverbios de frecuencia
- Possesive S' – adjetivos posesivos
- Pronombres
- Empahtic Do y Does
- There is/are
- Preguntas Whose
- Presente continuo
- Impersonal it, modales
- Sustantivos y expresiones de cantidad, "quantifiers".
- Comparativos y Superlativos
- Formas imperativas
- Uso de Should/Shouldn't
- Preposiciones de lugar y tiempo.
- Presente perfecto.
- Preguntas indirectas
- Adverbios
- Be like vs. Look like
- Obligación, permiso, prohibición.
- Descripciones
- Formas del futuro, preposiciones de lugar y tiempo, artículos
- La carta formal
- El tiempo pasado, conectores
- La narración auto biográficas
- Want/Would like
- El presente perfecto (introducción), superlativos, comparaciones con so, too, either, neither.
- Escritura de diálogos básicos, resúmenes, correos electrónicos, invitaciones.

Lectura y cultura

- Reconocimiento de ideas principales
- Reconocimiento del tema dentro del párrafo
- Ideas secundarias, títulos, y temas de párrafo
- Temas generales y específicos, rastreo
- Párrafos en orden cronológicos, detalles de tiempo
- Lecturas de artículos de periódico y revistas, guías de televisión, "websites", correos electrónicos, "lifestories", anuncios, perfiles personales, brochures, biografías.

METODOLOGIA

El objetivo del curso Inglés I para Turismo, es que los alumnos desarrollen un nivel principiante alto en las cuatro áreas de destreza, leer, escribir, escuchar, y conversar del idioma inglés. Estas cuatro destrezas se complementan con el estudio de la cultura inglesa para crear un ambiente total de inglés en el aula. Es un curso integrado a cargo de dos profesores; un profesor es responsable de la expresión oral y otro está a cargo de la expresión escrita. A pesar de que el curso abarca todas las habilidades comprendidas en el estudio de un idioma extranjero, el mismo le da énfasis al aspecto comunicativo de la lengua. Por ello, la metodología del curso es ecléctica con un eje académico-comunicativo en el que el alumno se convierte en participante activo de su aprendizaje y el profesor funciona como un facilitador. La dinámica de la clase es rica en actividades varias que incluyen entrevistas, trabajo individual y grupal, utilización de materiales auténticos como videos, audio, cassettes, ayudas visuales, y simulación de actividades conversacionales propias de los objetivos de este nivel. También se incluyen presentaciones orales, reportes de lectura, técnicas de estudio y práctica, como “drill”, “information gap” y “cloze”.

Tiempo: Las diez horas contacto semanales (impartidas por dos profesores) están distribuidas de la siguiente manera:

- 4 horas: Producción Oral
- 2 horas: Comprensión Auditiva y pronunciación
- 2 horas: Práctica oral y escrita de estructuras gramaticales en contextos comunicativos.
- 2 horas: Escritura y Técnicas de lectura

BIBLIOGRAFÍA

- Dubois, L, Hale P. (2003) Writing Matters! Introduction to writing and grammar. New York: McGraw Hill.
- Fuchs, M. (2000). Focus in grammar 1. New York: Longman.
- Fuchs, M. (2000). Focus in grammar 1 / Workbook. New York: Longman.
- Fuchs, M. (2000). Focus in grammar 2. New York: Longman.
- Fuchs, M. (2000). Focus in grammar 2 / Workbook. New York: Longman.
- Fuscoe, K., Garside B. & Prodromou L. (2006). Attitude 1. México: Macmillan
- Fuscoe, K., Garside, B. & Prodromou L. (2006). Attitude 2. México: Macmillan.
- Hewings, M. (1998) Pronunciation Plus. U.S.A: Cambridge University Press.

Nota: Otros materiales de apoyo serán aportados por la profesora del curso.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 403
Curso:	Taller de Patrimonio Cultural Costarricense
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	I Nivel, II Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (3 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Taller de Sistema Turístico Geografía Turística de Costa Rica
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso pretende valorar, preservar y crear conciencia en los estudiantes, para el rescate de la historia patria y de los máximos exponentes de la identidad cultural costarricense. Además pretende rescatar y valorar el pasado, para comprender el presente, a través de las tradiciones y costumbres que han forjado el ser costarricense, enfatizando en la Región Chorotega.

La práctica se basará en un trabajo de campo, que permita comprender la importancia del Patrimonio Sociocultural en el desarrollo individual y colectivo de los habitantes de la Región Chorotega.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

Se pretende que los alumnos tengan oportunidad de

1. Valorar el Patrimonio cultural que identifica al ser costarricense
2. Identificar las diferentes etapas de la historia costarricense y de la Región Chorotega.
3. Identificar y analizar la relación del patrimonio cultural y el natural
4. Clasificar el patrimonio cultural costarricense

5. Inventariar el Patrimonio Cultural costarricense y de Guanacaste
6. Analizar la relación entre el Patrimonio cultural y la actividad turística.
7. Valorar el aporte de los precursores del ser costarricense y guanacasteco.

CONTENIDOS

- Costa Rica y su Historia
- Grupos Aborígenes Presentes en Costa Rica
- Concepto y Clasificaciones del Patrimonio Sociocultural
- Inventario del Patrimonio Sociocultural de la Región Chorotega
- Importancia del Patrimonio Sociocultural para la Actividad Turística
- Montaje de un Proyecto de Rescate del Patrimonio Sociocultural en la Región Chorotega

METODOLOGÍA

Por la naturaleza del curso se pretende que el mismo facilite un trabajo variado tanto en las sesiones presenciales como en las horas de estudio independientes el cual se apoyará en diferentes actividades como:

- Análisis de lecturas
- Giras (1 Patrimonio cultural guanacasteco y 1 Gira de museos)
- Exposiciones individuales y grupales de los estudiantes
- Exposiciones de la docente
- Investigación sistemática sobre (Patrimonio cultural guanacasteco)
- Feria cultural
- En la práctica se fomentará la creatividad a través de demostraciones sobre la Importancia del Patrimonio cultural para la actividad turística.

BIBLIOGRAFIA

- Arauz, C. (2001). *Cosas de Guanacaste*. Costa Rica. Editorial Costa Rica.
- Azofofeifa, I. (1996). *La Isla que Somos*. Editorial Fernández – Arce. Costa Rica.
- Barzuna, G. (1989). *Caserón de Teja*. Editorial Nueva Década. San José.
- Cruz, C, (2001). *Epitafios al Sabanero Guanacasteco*. Imprenta Liberia. Costa Rica.
- Fernández, R. (1972). *Costa Rica en el Siglo XIX*. Editorial Educa. Costa Rica.
- Ferrero L. (1986). *Por Qué Prehistoria, Si Hay Historia Precolombina*. Editorial Euned. Costa Rica.
- Gardela, M. (2002). *Diccionario de Guanacastequismos*. Imprenta Liberia. Costa Rica.
- Lascaris, C. (1992). *El Costarricense*. Editorial Educa. Costa Rica.
- Quesada, M. (1994). *Nuevo Diccionario de Costarriqueñismos*. Editorial Tecnológica de Costa Rica. Costa Rica.
- Ramírez, J. (1986). *Folclor Costarricense*. Jiménez & Tanzi. Costa Rica.
- Ríos, L (1991). *Mo*. Editorial Farben. San José.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 402
Curso:	Métodos Estadísticos para Turismo
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	I Nivel, II Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (3Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ningún requisito
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO:

El curso está diseñado para que el estudiante tenga las herramientas básicas de matemática aplicada, en este caso, la estadística, la cual es una ciencia derivada de la matemática que avala, ratifica, demuestra, comprueba, hechos y fenómenos desde el punto de vista científico; es decir, la estadística le da la validez técnico-científica.

La estadística es una herramienta útil en cualquier área de las ciencias, la cual es genérica para todas, de tal manera que los mismos principios se aplican a la medicina, economía, administración, agronomía, ciencias forestales, aeronáutica, educación, etc, y en este caso, la estadística es aplicada al turismo.

El presente curso, en virtud del diseño general de la carrera, no tiene prerrequisito, lo cual denota que el estudiante que lleve el presente curso deberá tener suficientes bases de matemática, que en términos prácticos, la misma tuvo que ser abordada en el Colegio de acuerdo a los programas de matemática del Ministerios de Educación Pública (MEP). Sin embargo, el curso en sus primeras tres semanas abordará temas puramente matemáticos, los cuales darán un refrescamiento a los estudiantes.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

Objetivos del Curso:

1. Dominar el análisis de datos no agrupados y datos agrupados.
2. Estar en capacidad de aceptar o descartar muestras, con base a las herramientas de coeficiente de variación, curtosis y coeficiente de asimetría.
3. Manejar con destreza la teoría de probabilidades y sus diferentes distribuciones de probabilidad.
4. Conocer y dominar las herramientas de estimación puntual, muestreo, tipos de muestreo e intervalos de confianza.
5. Dominar correlación y regresión y correlación lineal, con el fin de predecir fenómenos por medio de ecuaciones matemáticas.
6. Aprender a desarrollar pruebas de hipótesis.
7. Dominar con propiedad la construcción y elaboración de gráficos y de cuadros estadísticos, así como aprender a tabular los datos programas de cómputo.

CONTENIDO

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. Fundamentos de matemática<ol style="list-style-type: none">1.1. Repaso de preálgebra: fracciones, decimales y porcentajes.1.2. Teoría de conjuntos: conjuntos y subconjuntos, diagramas de ven, y afines.1.3. Números reales y sus propiedades: suma y resta de números reales, multiplicación y división de números reales, orden de las operaciones, propiedades de los números reales, simplificación de expresiones.1.4. Ecuaciones, solución de problemas y desigualdades: propiedades de suma y resta de la igualdad, propiedades de la multiplicación y división de la igualdad, ecuaciones lineales, problemas de enteros, generales y geometría1.5. Ecuaciones cuadráticas.2. Aspectos introductorios de Estadística<ol style="list-style-type: none">2.1. Qué es estadística2.2. Individuo o unidad estadística2.3. Población2.4. Muestra2.5. Parámetro2.6. Estimador o estadístico |
| <ol style="list-style-type: none">2.7. Variables y su clasificación<ol style="list-style-type: none">2.7.1. Cuantitativas (discretas – continuas)2.7.2. Cualitativas2.8. Escalas de medición<ol style="list-style-type: none">2.8.1. Información cualitativa<ol style="list-style-type: none">2.8.1.1. Escala nominal2.8.1.2. Escala ordinal2.8.2. Información cuantitativa<ol style="list-style-type: none">2.8.2.1. Escala de Intervalo2.8.2.2. Escala de Razón2.8.3. Notación Sumatoria |

<ul style="list-style-type: none"> 2.9. Algunas propiedades de la notación sumatoria 2.10. Sumatorias dobles y múltiples 2.11. Historia de la Estadística (lectura) 3. Estadística descriptiva <ul style="list-style-type: none"> 3.1. Datos sin agrupar <ul style="list-style-type: none"> 3.1.1. Medidas de tendencia central <ul style="list-style-type: none"> 3.1.1.1. Media aritmética 3.1.1.2. Media ponderada 3.2. Media geométrica <ul style="list-style-type: none"> 3.2.1.1. Mediana 3.2.1.2. Moda 3.2.2. Medidas de dispersión <ul style="list-style-type: none"> 3.2.2.1. Rango o amplitud 3.2.2.2. Desviación estándar 3.2.2.3. Coeficiente de variación 3.2.3. Medidas de posición relativa <ul style="list-style-type: none"> 3.2.3.1. Percentiles 3.2.3.2. Cuartiles y desviación cuartil 3.2.4. Representación gráfica de los datos sin agrupar <ul style="list-style-type: none"> 3.2.4.1. Diagrama de tallos y hojas (<i>stem and leaf</i>) 3.2.4.2. Diagrama de caja de dispersión (<i>box plot</i>) 3.3. Datos agrupados <ul style="list-style-type: none"> 3.3.1. Determinación del número de clases (NC) 3.3.2. Amplitud o rango 3.3.3. Intervalo de clase (IC) 3.3.4. Límites de clase <ul style="list-style-type: none"> 3.3.4.1. Tabla de distribución de frecuencias 3.3.5. Medidas de tendencia central <ul style="list-style-type: none"> 3.3.5.1. Media arimética 3.3.5.2. Moda 3.3.5.3. Mediana 3.3.6. Medidas de dispersión <ul style="list-style-type: none"> 3.3.6.1. Varianza 3.3.6.2. Desviación estándar 3.3.7. Cálculo de percentiles y cuartiles en datos agrupados 3.3.8. Descripción gráfica <ul style="list-style-type: none"> 3.3.8.1. Histograma 3.3.8.2. Polígono de frecuencias 3.3.8.3. Ojiva de Galton 3.4. Sesgo <ul style="list-style-type: none"> 3.4.1. Coeficiente de asimetría de Pearson 3.4.2. Coeficiente de asimetría de Fisher 3.4.3. Coeficiente de asimetría de Bowley 3.5. Curtosis 3.6. Teorema de Tchebyshev 3.7. Análisis bivariado
--

3.7.1. Descripción tabular 3.7.1.1. Tablas de individuos por variables 3.7.1.2. Tablas de variable por variable 3.7.2. Descripción gráfica 3.7.2.1. Variables cualitativas bidimensionales 3.7.2.2. Variables cuantitativas bidimensionales
3.7.3. Covarianza 3.8. El Cuestionario 3.8.1.1. Características y funciones 3.8.1.2. Tipos de preguntas 3.8.1.3. Clasificación de las preguntas, orden, secuencia y estilo de redacción 3.8.1.4. Prueba, revisión y evaluación del cuestionario 3.8.1.5. Codificación y tabulación 3.8.1.6. Detalles acerca de la construcción de cuestionarios. 3.9. Presentación e interpretación de información estadística. 3.10. Construcción e interpretación de cuadros estadísticos 3.11. Uso de filtros y de las tablas dinámicas en Excel 3.12. Construcción e interpretación de gráficos estadísticos.
4. Correlación Lineal Simple (CLS) 4.1. Aspectos introductorios de la CLS 4.2. Covarianza 4.3. Coeficiente de correlación de Pearson (r) 4.4. Inferencia acerca del coeficiente de correlación 5. Análisis de Regresión Lineal Simple (ARLS) 5.1. Aspectos introductorios del ARLS 5.2. Ley matemática y ley estadística 5.3. La recta de mínimos cuadrados 5.4. Supuestos del modelo de regresión 5.5. Prueba de hipótesis sobre el parámetro beta (β) 5.6. Coeficiente de determinación (r^2) 5.7. Limitaciones, errores y advertencias en el uso de la regresión y el análisis de correlación. Otros modelos de regresión
5.8. Métodos para asignar las probabilidades a los resultados experimentales 5.8.1. Método clásico (probabilidad objetiva) 5.8.2. Método de la frecuencia relativa 5.8.3. Método subjetivo 5.9. Algunas relaciones básicas de probabilidad 5.10. Elementos de Muestreo Estadístico 5.11. Estimación Puntual 5.12. Pruebas de Hipótesis
5.13. Teorema de Bayes 5.14. Principio fundamental del conteo 5.14.1. Principio multiplicativo 5.14.2. Diagrama de árbol

METODOLOGIA DEL CURSO:

Para el desarrollo del curso se recurrirá a clases magistrales, prácticas con aplicaciones al turismo, y un trabajo de investigación en donde el estudiante debe elaborar una encuesta y aplicar los conocimientos del curso. Este trabajo deberá estar enmarcado en el campo turístico.

En síntesis, el curso se desarrollará en función de sus objetivos y el contenido detallado en el presente programa como una experiencia de aprendizaje.

BIBLIOGRAFÍA:

1. **Acuña, J. (1999).** *Manual de fórmulas y tablas estadísticas.* San José, Costa Rica. Editorial Tecnológica de Costa Rica.
2. **Berenson, M.; Levine, D. (1996).** *Estadística básica en Administración: conceptos y aplicaciones (6ª ed.).* Prentice Hall. México. Sexta Edición.
3. **Carlberg, C. (2003).** *Análisis de los negocios con Excel® XP (2ª ed.).* Prentice Hall. Segunda Edición. México.
4. **Glass, G. & Stanley, J. (1986).** *Métodos estadísticos aplicados a las ciencias sociales.* México, D.F. Prentice Hall.
5. **Iglesias, J. (2001).** *Técnicas de Investigación aplicadas al sector turístico.* Vallehermoso, Madrid, España. Editorial Síntesis.
6. **Jonson R. & Kuby P. (2004).** *Estadística Elemental: lo esencial (3ª ed.)* México, D.F. Math. Learning. Thomson.
7. **Koosis, D. (1980).** *Introducción a la inferencia estadística para administración y economía.* México, D.F. Editorial Limusa.
8. **Levin, R. & Rubín, D. (1996).** *Estadística para administradores (6ª ed.).* México, D.F. Prentice Hall.
9. **Lind, D. ; Marchal, W. ; Wathen, S. 2006.** *Estadística Aplicada a los Negocios y a la Economía (12ª ed.).* México D.F. Mc Graw-Hill.
10. **Lind, D.; Mason, R; Marchal, W. (2001).** *Estadística para Administración de Empresas (3ª ed.).* México, .D.F. McGraw-Hill.
11. **Walpole, R. & Myers, R. (1998).** *Probabilidad y estadística (4ª ed.).* México, D.F. McGraw Hill.

Universidad Nacional
Facultad de Filosofía y Letras
Escuela de Literatura y Ciencias del Lenguaje
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	LIY 431
Curso:	Inglés II para Turismo
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	I Nivel, II Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	6
Horas Semanales:	15
Horas Presenciales:	08 (4 Teoría – 4 Práctica)
Horas Estudio Independiente	07
Horas Docente:	08
Horas de atención a estudiantes:	3
Requisitos:	Inglés I para Turismo
Nombre del docente:	

DESCRIPCION

Inglés II para Turismo, es el segundo de los cursos de Inglés en la carrera de Turismo, en el cual se le da seguimiento al estudiante en el proceso de aprendizaje de las cinco habilidades de la lengua inglesa las cuales comprende; comunicación oral, comprensión auditiva, lectura, escritura y cultura, de manera que el estudiante tenga la oportunidad de expresarse con una mayor precisión. El curso, no solo fomenta el desarrollo de la fluidez oral, sino también la auto corrección en la comunicación oral y escrita para al final del curso lograr un nivel de dominio del idioma de intermedio bajo según la escala ACFTL. Asimismo, facilita sesiones de laboratorio para la práctica de las cinco habilidades en forma integrada.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

1. Profundizar en el uso de técnicas de comprensión y percepción auditiva.
2. Mostrar comprensión auditiva de material en inglés.
3. Mostrar su conocimiento de algunas técnicas de lectura.
4. Comunicarse oralmente en diversas situaciones de la vida cotidiana.
5. Usar diversas funciones del lenguaje para comunicarse más apropiadamente.

6. Mostrar dominio cognoscitivo y práctico de diversas estructuras gramaticales
7. Ampliar su vocabulario y pronunciarlo adecuadamente.
8. Fortalecer técnicas de composición para comunicarse en forma escrita de manera formal y creativa.
9. Expresarse en forma oral y escrita sobre rasgos fundamentales de su propia cultura y la extranjera.

CONTENIDO

Comunicación oral

- Dar y solicitar información
- Mantener una conversación
- Dar recomendaciones, inferencias.
- Deducir
- Conducir y participar en entrevistas.
- Dar recetas de cocina
- Describir anuncios comerciales y características físicas.
- Dar presentaciones orales sobre temas varios.
- Emitir e intercambiar opiniones e información
- Comparar y contrastar
- Establecer conversaciones sobre: características de las personas, costumbres, cultura, festivales, eventos pasados, idiomas del mundo, hábitos alimenticios, preferencias y actitudes, cosas importantes de la vida, gente famosa, restaurantes, comida, anuncios comerciales, relaciones personales, hábitos telefónicos, experiencias de viaje, compras, roles del hombre y la mujer, deseos, vida estudiantil.
- Discutir sobre: escritura, arrepentimientos personales, uso de celulares, intenciones, familia y matrimonio, comida y dietas, mitos, literatura, dilemas morales, el rol de los Juegos Olímpicos, la belleza, el uso de "I.Q. Tests", expectativas de vida, estilos de aprendizaje, programas de T.V., educación.
- Contestar cuestionarios
- Diseñar y presentar "websites", nuevos aparatos,
- Contar anécdotas y realizar predicciones.
- Planear horarios

Comprensión auditiva y pronunciación

- Pronunciación de números y fracciones,
- Ideas principales
- Percepciones
- Formas reducidas
- Palabras enfatizadas
- Inferencias, diferencias
- Homophones
- Strong and Weak Forms,
- Vowel sounds
- Consonants
- Consonants Clusters
- Stress and rhythm

- Sentence stress and contracted forms
- Linking
- Entonación
- Contracciones
- Comprensión auditiva de: canciones, entrevistas, conversaciones, discusiones, programas de radio y televisión, anuncios comerciales, descripciones, presentaciones, poemas, historias, juegos, visitas guiadas, conferencias, anécdotas, debates, discursos.

Comunicación Escrita

- Repaso de presente simple y presente progresivo.
- Pronombres reflexivos y recíprocos.
- "Both and neither"
- Repaso pasado simple y pasado progresivo.
- Expresiones de tiempo.
- Primera y segunda forma condicional.
- Posibilidad futura
- Sustitutos para "if".
- Repaso de preguntas indirectas.
- "Intensifiers and quantifiers".
- Presente perfecto para expresar cambios.
- "Modals of deduction"
- Artículos y secuencias
- Uso de "make" y "let"
- "Ask, want, tell."
- Gerundios y participio presente.
- "Reported speech"
- Pasado perfecto
- Voz pasiva
- "Relative clauses".
- "Wish and past tense".
- Uso de "used to do", "be used to doing"
- "Regrets: I wish/ if only"
- Adverbios usados en presente perfecto.
- Repaso de "will, going to, first conditional."
- Tercera forma condicional.
- Deducción y posibilidad en pasado: must/could/might/can't + have+ past participle.
- "Noun clauses"
- Gerundios e infinitivos.
- "Tag questions".
- Presente perfecto progresivo.
- Futuro progresivo y futuro perfecto.

Lectura y cultura

- Reconocimiento de ideas principales

- Reconocimiento del tema dentro del párrafo
- Ideas secundarias, títulos, y temas de párrafo
- Temas generales y específicos, rastreo
- Párrafos en orden cronológicos, detalles de tiempo
- Lecturas de artículos de periódico y revistas, guías de televisión, “websites”, correos electrónicos, “lifestories”, anuncios, perfiles personales, brochures, biografías, instrucciones, artículos científicos, cuestionarios, extractos de novelas y leyendas urbanas, recetas de cocina, críticas de películas y música, encuestas, poemas,

METODOLOGIA

El curso es de participación constante por parte del estudiante en las diferentes actividades a desarrollar dentro y fuera del aula. Es un curso integrado a cargo de dos profesores; un profesor es responsable de la expresión oral y otro está a cargo de la expresión escrita. La comunicación oral es el énfasis del curso, en donde el estudiante deberá practicar individualmente e interactuar con sus compañeros. Sin embargo, se busca que el estudiante desarrolle también sus habilidades de escritura y lectura; todo bajo un enfoque ecléctico donde el profesor es un facilitador y el estudiante tendrá la mayor responsabilidad de su progreso. A su vez, será responsabilidad del estudiante cumplir con las tareas, asignaciones, y proyectos especiales que requieran tiempo fuera de clase.

Tiempo:

El curso consta de diez horas contacto por semana (impartido por dos profesores) y organizado de la siguiente manera:

- 4 horas: Producción Oral
- 2 Horas: Escucha y pronunciación.
- 2 Horas: Práctica oral y escrita de estructuras gramaticales en contextos comunicativos.
- 2 Horas: Escritura y técnicas de lectura.

BIBLIOGRAFÍA

- Fuchs, M. (2000). Focus in grammar 3 New York: Longman.
- Fuchs, M. (2000). Focus in grammar 3 / Workbook. New York: Longman.
- Fuchs, M. (2000). Focus in grammar 4. New York: Longman.
- Fuchs, M. (2000). Focus in grammar 4 / Workbook. New York: Longman.
- Fuscoe, K., Garside, B. & Prodromou, L. (2006). Attitude 3. México: Macmillan
- Fuscoe, K., Garside, B. & Prodromou, L. (2006). Attitude 4. México: Macmillan.
- Hewings, M. (1998) Pronunciation Plus. U.S.A: Cambridge University Press.

Nota: Otros materiales de apoyo serán aportados por la profesora del curso.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 404
Curso:	Métodos de Investigación para Turismo
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	II Nivel, III Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (3 Teoría)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisito:	Métodos Estadísticos para Turismo
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO:

El curso toma en consideración la necesidad de que los estudiantes desarrollen habilidades propias de investigación aplicada, utilizando para ello los instrumentos que puedan ofrecerles las Ciencias Sociales contemporáneas y las herramientas de Estadística Descriptiva e Inferencial con fines prácticos, las cuales fueron desarrolladas y vistas en el curso de Métodos Estadísticos (prerrequisito de este curso). Esto significa que, además de transmitir conocimiento y capacitar para el uso de modelos teóricos básicos que tienen que ver con distintas formas de acercarse a la realidad concreta, se espera que los estudiantes desarrollen habilidades para el manejo y detección del problema, del tema, las hipótesis, la recolección, evaluación, generalización y comparación de datos, series de datos, tendencias de variada índole y técnicas de presentación de informes de investigación, todo lo anterior por medio de la asignación de una investigación real en el campo del turismo.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

Objetivo del Curso:

Proporcionar las herramientas básicas al estudiante para la comprensión de los fundamentos teórico prácticos para el diseño y ejecución de investigaciones en el campo del turismo, recurriendo para tal efecto a los fundamentos de la investigación social aplicada y de la estadística descriptiva e inferencial. Por lo tanto, por medio de este curso se pretende crear la oportunidad para que el estudiante desarrolle conocimientos y habilidades para plantear un proyecto de investigación, así como para buscar, resumir e integrar información bibliográfica, buscar y trabajar con información estadística, con el fin de encontrar soluciones para problemas relacionados con el turismo.

Los objetivos específicos del curso son:

- Identificar el papel de los procesos de investigación como elementos indispensables en la generación de conocimiento.
- Dar a conocer los elementos metodológicos importantes para diseñar estudios de investigación.
- Analizar la investigación como elemento teórico metodológico que permite definir estrategias que se aplican a las distintas áreas de trabajo del sector turismo.
- Desarrollar y plantear problemas de investigación, elaborar el marco teórico respectivo y distinguir el tipo de investigación que se ajusta a problema planteado.
- Establecer las hipótesis y seleccionar el diseño o procedimiento más adecuado para la investigación.
- Determinar el tipo de información requerida, la metodología para obtenerla y el procedimiento para analizarla, y así obtener los resultados deseados, de acuerdo con el problema planteado originalmente.
- Interpretar los resultados en función de los objetivos de la investigación.
- Utilizar los recursos clásicos y electrónicos a su alcance para llenar las necesidades de cada una de las fases del proceso de investigación.

1. UNIDAD I: ASPECTOS GENERALES SOBRE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

- 1.1. Definición de la investigación científica
- 1.2. Características de la investigación científica
- 1.3. Método, procedimientos y técnicas de investigación científica
- 1.4. El método científico
- 1.5. Características del investigador
- 1.6. Tipos de investigación científica
- 1.7. Principios éticos en una investigación

2. UNIDAD II: PLANIFICACIÓN O DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

- 2.1. El proceso de investigación aplicada
- 2.2. Especificación del problema objeto de la investigación
- 2.3. Justificación de la investigación

- 2.4. Marco teórico
- 2.5. Hipótesis
- 2.6. Los objetivos de la investigación
- 2.7. Diseño de la prueba
 - 2.7.1. Selección de la muestra
 - 2.7.2. Recolección de los datos
 - 2.7.3. Tipos de datos
- 2.8. Análisis estadístico de los datos
 - 2.8.1. Pruebas estadísticas asociadas a cada una de las escalas de medición
 - 2.8.2. Guía breve de técnicas multivariadas de análisis de datos
 - 2.8.3. Recomendaciones respecto a la aplicación del diseño estadístico en una investigación.

3. UNIDAD III: ESTRUCTURA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

- 3.1. Generalidades sobre la estructura
- 3.2. Portada
- 3.3. Agradecimientos
- 3.4. Índice
- 3.5. Introducción
- 3.6. Marco teórico
- 3.7. Metodología
- 3.8. Cronograma
- 3.9. Bibliografía

4. UNIDAD IV: TECNICAS BÁSICAS DE INVESTIGACIÓN

- 4.1. Fuentes de información
- 4.2. Clasificación de las técnicas de investigación
- 4.3. Descripción de algunas técnicas de investigación e instrumentos para recolección de información.

METODOLOGIA DEL CURSO:

Para el desarrollo del curso se recurrirá a clases magistrales, estudio de casos y un proyecto de investigación de un caso particular de la actividad turística, el cual debe desarrollarlo el estudiante de manera individual o un máximo de dos alumnos (*el presente curso no tiene como objetivo que él o la estudiante haga durante el desarrollo del mismo el diseño de su investigación para graduarse, sino por el contrario, el objetivo principal es que aprenda las herramientas básicas, para elaborar posteriormente un diseño o anteproyecto de investigación*), para que el aprendizaje sea efectivo. Se debe aplicar paquetes tecnológicos estadísticos específicos y recolectar información de campo sobre casos del turismo en la región utilizando el instrumental aprendido.

En síntesis, el curso se desarrollará en función de sus objetivos como una experiencia de investigación en la que los mismos estudiantes irán dándole contenido a cada uno de los tópicos a tratar. Por lo que cada estudiante deberá plantear un tema de investigación de su interés y sobre ese tema desarrollará las necesidades teórico-prácticas que enfrente en la solución de su problema específico. Compartirá con el resto de la clase sus experiencias, de manera que el grupo como un todo conozca de las particularidades que cada caso presenta.

BIBLIOGRAFÍA:

1. Ander-egg E. (1991). Técnicas de investigación social. Editorial el Ateneo S A, México
2. Barrantes, R. (2000). Investigación, un camino al conocimiento. Editorial UNED San José, Costa Rica,
3. Berenson, M.; Levine, D. (1996). Estadística básica en Administración: conceptos y aplicaciones. 6ª ed. Prentice Hall. México.
4. Bisquerra R. (1989). Métodos de investigación educativa. CEAC
5. Bunge M. (1985). La ciencia, su método y su filosofía. n.d.
6. Colas y Buendía, (1998). Investigación educativa, Ediciones ALFAR, Sevilla España.
7. Dobles, M. *et. al.* (1996). Investigación en educación: interacciones, construcciones. EUNED, San José, Costa Rica.
8. Flores y Tobón. (2001). Investigación educativa y pedagógica. Editorial McGraw Hill, Colombia.
9. Freund, J.E. ; Simon, G.A. (1994). Estadística Elemental. 8va. Ed. Prentice Hall, México.
10. Gallardo, H. (1994). Elementos de investigación académica. Editorial UNED, San José, Costa Rica.
11. Glass, G. & Stanley, J. (1986). Métodos estadísticos aplicados a las ciencias sociales. México, D.F. Prentice Hall. México.
12. Hernández, R, Fernández, C, y Baptista, P. (2003). Metodología de la investigación, Tercera Edición editorial Mc. Graw-Hill, México.
13. Hessen, J. (1990). Teoría del conocimiento. Editores Mexicanos Unidos S.A. México.
14. Jonson R. & Kuby P. (2004). Estadística Elemental: lo esencial. 3ª ed. Math. Learning. Thomson. México, D.F.
15. Kazmier, L. (1998). Estadística aplicada a la administración y a la economía. Mc Graw Hill, México.
16. Levin, R. & Rubín, D. (1996). Estadística para administradores. 6ª ed. Prentice Hall. México, D.F.
17. López, E. & González, B. (2007). Elaboración de proyectos de Investigación. Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Agronomía. Documento Electrónico. Guatemala, Guatemala.
18. Tamayo y Tamayo, M. (2002). Metodología formal de la investigación científica, editorial NORIEGA EDITORES, México.
19. Van, D y otro. (1991). Manual de la técnica de la investigación educacional, editorial PAIDOS, México.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC410
Curso:	Gestión de Empresas Gastronómicas
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	II Nivel, III Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica y práctica monitoreada en empresas gastronómicas)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ningún requisito
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Mediante este curso se pretende facilitar al estudiante los conocimientos teórico – prácticos que le permitan reconocer los elementos que conforman el servicio de alimentos y bebidas en la organización de cada departamento de las empresas gastronómicas. Además, pretende que el estudiante domine las técnicas del servicio gastronómico, para dar un servicio de calidad al consumidor. La práctica consiste en la aplicación de técnicas y procedimientos gastronómicos en un establecimiento de alimentos y bebidas. Dado que en este curso debe realizarse práctica en una empresa gastronómica, la misma debe hacerse al final del ciclo lectivo, junto con la práctica del curso de Gestión de Empresas de Hospedaje, preferiblemente en el mismo lugar para unificar esfuerzos y recursos en este sentido. Por otra parte para no afectar el normal desarrollo de los demás cursos que debe llevar el estudiante durante el ciclo lectivo.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

- Introducir al/a la estudiante en la gestión de los servicios de alimentos y bebidas en un establecimiento gastronómico.
- Analizar aspectos relacionados con el origen, evolución y conceptos básicos de la actividad gastronómica.
- Brindar al/a la estudiante conocimientos sobre la organización, recursos materiales y funciones principales para la gestión administrativa de establecimientos gastronómicos.
- Explicar las reglas de etiqueta en la gastronomía para ofrecer un servicio de alta calidad.
- Identificar las técnicas y tipos de servicio y atención a la mesa.
- Comprender la importancia de la higiene en la manipulación, almacenamiento y conservación de los alimentos.
- Reconocer los aspectos más relevantes sobre los métodos y técnicas de cocción de alimentos.
- Diseñar un menú aplicando los elementos necesarios y la creatividad personal.
- Analizar la importancia de los departamentos de eventos especiales; de compras y almacén; y de control de costos y contabilidad.
- Examinar cuáles son los elementos principales para incrementar las ventas.
- Investigar sobre el origen de la gastronomía guanacasteca.
- Conocer las características principales de la industria del catering incluyendo el catering aéreo.
- Aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo del curso mediante la realización de la práctica en un establecimiento de alimentos y bebidas.

CONTENIDOS

- Desarrollo de la gastronomía y términos gastronómicos
- Organización de los establecimientos gastronómicos
- Brigada de servicio en un establecimiento gastronómico
- Etiqueta gastronómica, y clasificación del servicio en la alimentación
- Mise en place, métodos o técnicas de cocción, confección de menús
- Higiene y manipulación de alimentos, doblado de servilletas
- Banquetes y eventos especiales (desayunos, brunch, almuerzos, coctel, comidas y cenas)
- Industria del catering: la venta del catering para un evento, elaboración de un presupuesto, contratación del servicio, términos del contrato. Organización y supervisión del servicio para un evento. El catering aéreo (equipos y utensilios; sistemas de distribución de comidas desde tierra: congelados, refrigerados, calientes; servicio de alimentos a bordo)

METODOLOGÍA

La metodología del curso Gestión de Empresas Gastronómicas se orienta hacia un enfoque constructivista por lo tanto, los/las estudiantes serán participantes activos en el proceso de enseñanza y aprendizaje y la docente será una facilitadora de dicho proceso. El conocimiento se construirá mediante la investigación de campo, exposiciones orales, entrevistas, observación participante y la realización

de la práctica final. Se promoverá el pensamiento crítico mediante técnicas que estimulen la generación de ideas, juicios de valor, creatividad, solución de problemas, entre otros. Se implementará una práctica para que los estudiantes puedan aplicar las técnicas y procedimientos gastronómicos en un establecimiento de alimentos y bebidas de la Región Chorotega.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Aguirre, R. (1998) **Conceptos básicos sobre cocina: principios culinarios**. 1ª reimpr. México: Editorial Limusa S.A.
- ✓ Anker, Michael. (1992) **Manejo básico de restaurante: teoría y práctica**. México: Editorial CECSA.
- ✓ Arauz Ramos, Carlos. (2002). **Comidas y bebidas guanacastecas**. San José, Costa Rica: Editorial Carlos Arauz.
- ✓ Báez, S. (1996) **Descripción de puestos en hoteles, restaurantes y bares**. 15ª reimpr. de la 1ª ed. México: Editorial Continental S.A.
- ✓ Bolaños C. (1999). **Diseño y estructuración de menús para servicios de alimentos**. San José: Ed, Lara Segura y Asociados.
- ✓ Cuevas, F. (2002) **Control de costos y gastos en los restaurantes**. México: Editorial Limusa S.A.
- ✓ De la Torre, F. (2000). **Administración hotelera. Segundo curso: alimentos y bebidas**. 2ª edición. México: Editorial Trillas.
- ✓ De Sada, Monroy. (2001). **Introducción a la gastronomía**. 1ª reimpr. México: Editorial Limusa S.A.
- ✓ Durón García, Carlos, (2003). **El restaurante como empresa**. México: Editorial Trillas.
- ✓ Foster, D. (1995). **Alimentos y bebidas: operaciones, métodos y control de costos**. México: Editorial McGraw-Hill.
- ✓ Gallego, J. (2002). **Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes**. Madrid: Editorial Paraninfo.
- ✓ Greene, M. (1988). **Marketing de hoteles y restaurantes: enfoque sistemático para el aumento de ventas**. Madrid: Editorial Deusto.
- ✓ Instituto Nacional de Aprendizaje (INA). (1997). **Higiene y manipulación de alimentos**. San José, Costa Rica: Editado por el INA.
- ✓ Ismail, A. **Congresos y catering: organización ventas**. Madrid, España: Paraninfo.
- ✓ Johns, N. **Higiene de los alimentos: directrices para profesionales de hostelería, restauración y catering**. 2ªEd. Zaragoza, España: Editorial Acribia.
- ✓ Kanashiro, J. (2005). **Cócteles**. España: Lexus Editores.
- ✓ Kinton, R. (2000). **Teoría del catering**. Zaragoza, España: Editorial Acribia. [ISBN: 9788420009063]
- ✓ Lara, J. (2002). **Dirección de alimentos y bebidas en hoteles**. 13ª reimpr. México: Editorial Limusa S.A.
- ✓ Leonie Comblence, Lambertine. (1999). **Alimentos y bebidas: higiene, manejo y preparación**. México: Editorial CECSA.

- ✓ Martínez de Flores Escobar, Graciela. (2000) **Menús de calidad para instituciones: selección de platillos para comedores de ejecutivos.** 3ª reimpr. México: Editorial Limusa S.A.
- ✓ Martínez, G. (2002). **Arte culinario, bases y procedimientos.** México: Editorial Limusa.
- ✓ Muñoz, F. (1993). **Etiqueta.** 4º ed. San José, Cosa Rica: Litografía e imprenta Lil,S.A.
- ✓ Muñoz, Flora, (1993). **Protocolo corporativo y organización de eventos.** 1º ed. San José, Cosa Rica: Litografía e imprenta Lil,S.A.
- ✓ Ron, J. (2002). **Tratado de alimentos y bebidas 1.** 6ª reimpr. de la 2ª ed. México: Editorial Limusa S.A.
- ✓ Taylor, E. & Taylor, J. (2001). **Fundamentos de la teoría y práctica del catering.** Zaragoza, España: Editorial Acirbia. [ISBN: 9788420009322]

Referencias en línea:

- Africa. Recuperado el 17 de enero de 2009 de <http://www.ikuska.com/Africa/index.htm>
- Cocina del Mundo. Recuperado el 17 de enero de 2009 de <http://www.cocinadelmundo.com/>
- Google Búsqueda de Libros. Recuperado el 17 de enero de 2009 de <http://books.google.co.cr/books?id=QII5DonAH5oC&printsec=frontcover&dq=Control+de+costos+y+gastos+en+los+restaurantes>
- Napkin Folding Guide. Recuperado el 17 de enero de 2009 de <http://www.napkinfoldingguide.com>
- Recetas. com Recuperado el 17 de enero de 2009 de http://www.recetas.com/recetas_internacionales/

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 405
Curso:	Contabilidad para Empresas Turísticas
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	II Nivel, III Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ningún requisito
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

La contabilidad constituye una herramienta administrativa fundamental que realiza sus funciones para brindar apoyo a la administración de las empresas turísticas, independientemente de su clase, para asegurar la toma de decisiones eficaz, evaluar la eficiencia, salvaguardar los activos y controlar la gestión operativa y administrativa.

El advenimiento de las computadoras en la operación normal de las empresas, trae como consecuencia lógica, modificaciones en la forma, contenido y disponibilidad de la información y de los procedimientos requeridos para el manejo de las operaciones y de los datos. Todas estas actividades de aplicación, desarrollo de sistemas, procesamiento de datos, facilidades de mantenimiento, deben ser evaluadas, controladas y supervisadas por los gestores de empresas turísticas, quienes deben tener los conocimientos técnicos necesarios para administrar esas labores.

Este curso ayudará al estudiante no solo a ordenar, clasificar, resumir y registrar datos, sino también a formarse opiniones válidas a través del análisis de la información contable- financiera para la toma de decisiones.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

- Brindar al estudiante los conocimientos contables que le permita ordenar, clasificar, resumir y registrar la información financiero contable, de manera que logre desarrollar análisis financiero para la toma de decisiones gerenciales en ambientes empresariales relacionados al turismo.
- Capacitar al estudiante para que domine de forma integral el ciclo contable aplicado a una empresa de servicios turísticos, mediante el análisis de las transacciones.

CONTENIDO

1. Introducción a la contabilidad.
 - Concepto.
 - Propósitos y naturaleza.
 - Importancia.
 - Áreas de especialización.
 - Principios de Contabilidad.
 - La empresa turística como unidad económica.
 - Tipos de unidades económicas en el sector turístico.
2. El proceso administrativo.
 - El ciclo contable.
 - Las cuentas básicas de contabilidad.
 - Términos contables.
 - Estados financieros básicos.
3. El proceso de registro y clasificación contable
 - Catálogo de cuentas.
 - La cuenta.
 - Partes de una cuenta.
 - Saldos.
 - Diario general.
 - Asiento de las operaciones en el diario.
 - Análisis.
 - Mayor general.
 - Pases al mayor.
 - Balanza de comprobación.
 - Clasificación de cuentas.
4. Contabilidad para empresas turísticas.
 - Principales características de las empresas turísticas.
 - Análisis de las cuentas de ingresos en las empresas hoteleras, gastronómicas y de intermediación turística.
 - Análisis de las cuentas de gastos en las empresas hoteleras, gastronómicas y de intermediación turística.

5. Aprovechamiento de la información contable en la toma de decisiones administrativas.
6. Sistemas de información automatizados aplicados a las empresas turísticas.
 - Concepto.
 - Diferenciación entre el ciclo contable manual y el computarizado.
 - Administración de programas de software específicos.
 - Creación de modelos en hoja electrónica para solución de problemas contables.
7. Elaboración de estados financieros.
8. Composición de los costos de producción. Introducción a la contabilidad de costos.

METODOLOGÍA

El curso se aborda con material teórico que refuerce la necesidad y objetivos de la labor contable en las organizaciones, así como el quehacer, usos y toda la teoría contable y su aplicación para empresas turísticas.

La parte práctica se desarrolla con resolución de casos relacionados a empresas turísticas, incorporando la aplicación de condiciones económicas costarricenses como la inflación, devaluación, tasas de interés, pago de impuestos, otros. Se utilizará el laboratorio de informática para realizar algunas de estas prácticas.

Es necesario la realización de prácticas cortas para casos de empresas turísticas costarricenses, donde el participante logre incorporar el conocimiento teórico a la realidad empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- Bolaños A., César y Alvarez N., Jorge. (1998). Contabilidad Comercial. Santa Fe de Bogotá. Editorial Norma. Colombia.
- Escoto, R. 2002. El proceso Contable. Segunda edición, octava reimpresión. San José, EUNED. Costa Rica.
- Finner, H. A. y Miller, G. (1985). Curso de Contabilidad Introdutoria. Editorial UTHEA, México.
- Meigs, Robert y Meig Walter. (2000). Contabilidad: la base de las decisiones gerenciales. Editorial. McGraw Hill. México.
- Sierra, G y otros. (2003). Introducción a la Contabilidad y al Análisis Financiero en el Sector Turístico. Edic. Pirámide, Madrid, España.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 406
Curso:	Fundamentos de Administración para Empresas Turísticas
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	II Nivel, III Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (3 Teoría)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Taller de Patrimonio Cultural Costarricense
Nombre del docente:	

Descripción del curso

La teoría fundamental de la administración permite al estudiante identificar que es una empresa turística y su propósito en la sociedad. Es un curso que brinda al estudiante la oportunidad de identificar las herramientas básicas de la administración como ciencia social. Conoce las diferentes teorías de la administración así como los procesos administrativos que se deben llevar a cabo en una empresa turística, como son la planeación, la organización, la dirección y el control. Con ello se le dan los argumentos al estudiante para evaluar la organización y el funcionamiento de este tipo de empresas, en consideración de su entorno globalizado.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

Objetivo del curso

A partir del concepto de administración y para que se debe administrar una empresa, el estudiante será capaz de: analizar la organización y el funcionamiento de una empresa turística, su rol en la sociedad e importancia para la economía de una región o país.

Contenido

- Conceptos básicos e importancia de la administración
- Teoría del comportamiento en la administración de empresas turísticas. Estudio de casos relacionados con la relación trabajadores-clientes-jefaturas-accionistas-proveedores-comunidad, etc, y su efecto en la productividad y el éxito organizacional.
- Enfoque sistémico de la administración: Introducción al sistema turístico y los encadenamientos productivos. La organización de Cluster (conglomerados turísticos).
- El proceso administrativo:
 - Planificación estratégica y operativa
 - Organización:
 - Dirección y liderazgo
 - Control
- Nuevos enfoques administrativos y su aplicación al turismo

Metodología del curso

Se trabaja en el desarrollo de la capacidad creativa e innovadora de los participantes, basados en la ética empresarial, en función del desarrollo humano, con alto compromiso ambiental y social, con capacidad de visión, planificación y ejecución, y sobre todo el estudio del entorno para responder efectivamente a las oportunidades y amenazas del turismo, en un mundo que demanda tomadores de decisiones oportunas.

Este curso reafirma que “la empresa necesita ilusión y nuevas ideas. Para ello, es preciso que sus colaboradores estén muy informados, motivados y que vivan en un clima de cordialidad y optimismo.” Lundin (2001).

Para reafirmar el aprendizaje del estudiante se debe recurrir al desarrollo y discusión de casos, estudiar la realidad de procesos administrativos en las empresas turísticas, para lo cual debe hacer visitas de campos, o bien el profesor puede recurrir a giras académicas. Las prácticas se realizan tanto en aula, con los análisis de casos, como también prácticas en las empresas sobre procesos administrativos.

Bibliografía general utilizada

- Chiavenato, I (1997). Introducción a la teoría general de la administración. Cuarta edición, Edic. Mc Graw Hill. New York.
- Chiavenato, I. (2002) Administración en los Nuevos Tiempos. McGraw Hill. New York.
- Jofré, A (1999). Enfoques Gerenciales Modernos. San José. Costa Rica. Edit. Delphi.
- Lundin, S y otros (2001) Fish: la eficacia de un equipo radica en su capacidad de motivación. Ediciones Urano S.A. Barcelona.
- Stephen, R (2000). Administración. Sexta edición, México. Editorial Prentice May.

Universidad Nacional
Facultad de Filosofía y Letras
Escuela de Literatura y Ciencias del Lenguaje
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:
Código: LIY432
Curso: **Inglés III para Turismo**
Naturaleza: Teórico – Práctico
Nivel: II Nivel, III Ciclo
Modalidad: 18 Semanas
Tipo de curso Regular
Créditos: 6
Horas Semanales: 15
Horas Presenciales: 08 (4 Teoría – 4 Práctica)
Horas Estudio Independiente 07
Horas Docente: 08
Horas de atención a estudiantes: 3
Requisitos: Inglés II para Turismo
Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN

Inglés III para Turismo es el primero de dos cursos en los que el estudiante adquiere el idioma extranjero a la vez que aprende contenidos específicos de su carrera (E.S.P). Es decir, el estudiante tendrá la oportunidad de comprender y producir el lenguaje de forma significativa a través de situaciones reales de la vida cotidiana y las relacionadas directamente con la actividad turística. Lo anterior, desde contextos controlados y también espontáneos como por ejemplo, las giras de campo propias de la carrera, entre otras actividades que conlleven la realización de proyectos especiales. Todo, desde una perspectiva propia del área turística, tomando en cuenta el vocabulario preciso que se requiere para poder comunicarse adecuadamente en un futuro ambiente laboral. Se fortalece la habilidad oral para comunicarse en inglés, integrando a la vez, la comprensión auditiva, la lectura y la escritura. De igual forma, este curso permite progresar en el desarrollo de la pronunciación y las estructuras gramaticales. Al finalizar este curso, el estudiante demostrará un dominio intermedio medio del idioma de acuerdo con la escala ACFTL. Se utiliza el laboratorio de idiomas, para practicar la comprensión auditiva y los conceptos gramaticales.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos

en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

- Mantener una conversación sobre temas relacionados con el medio ambiente, la cultura, recreación y economía, además de todas las actividades que, directa o indirectamente, se relacionan con la actividad turística.
- Utilizar técnicas de comprensión y percepción auditivas.
- Conocer y utilizar diversas estructuras gramaticales.
- Utilizar vocabulario general y también el relacionado a la rama turística.
- Mostrar comprensión auditiva de ideas generales en una conversación en Inglés.
- Mostrar su conocimiento de técnicas de lectura y escritura.
- Desarrollar estrategias que le permitan auto controlar su producción oral para mejorar su pronunciación.
- Comunicarse oralmente en diversas situaciones de la vida cotidiana y en el ambiente turístico.

CONTENIDO

Funciones

- Solicitar indagaciones y reportes
- Atender entrevistas de trabajo.
- Tomar y enviar mensajes.
- Tomar reservaciones turísticas y resolver problemas relacionados.
- Organizar, describir y promover paquetes turísticos, dando recomendaciones al respecto.
- Dar y recibir consejos.
- Recomendar restaurantes, tomar órdenes y describir platos.
- Tomar y dar direcciones.
- Intercambiar datos sobre hechos históricos y culturales concernientes a destinos turísticos.
- Interrumpir adecuadamente.
- Dar detalles y explicaciones.
- Identificar y aplicar términos de negocios.
- Preparar un menú.
- Expresar opiniones, discutir y persuadir.
- Expresar sorpresa, agradecimiento y arrepentimiento.
- Tomar decisiones.

Comprensión Auditiva y Pronunciación

- Comprensión de entrevistas, instrucciones, diálogos, conferencias y convenciones, descripciones, noticias.

Pronunciación

- Stress avanzado: stress en reducción de vocales, verbos compuestos, “disapperaring syllables”, “noun verb word pairs”.
- Ritmo avanzado: “stressing function words”, “words with variable stress”, lectura de pasajes.

Estructura

- Pasado simple y presente continuo.
- Pasado simple y perfecto.
- Presente Perfecto y presente perfecto continuo.
- Artículos y formas futuras. (Repaso)
- “Would vrs. Used to”.
- Sustantivos contables y no contables (repaso)
- Modales de probabilidad y obligación (repaso).
- Verbos compuestos.
- Condicionales
- Preguntas indirectas
- “Reported Speech”
- Voz Pasiva (repaso)
- Conectores (repaso)
- “Relative clauses & vague language
- Pronombres relativos de objeto y sujeto.
- Presente narrativo
- “Regrets with wish”.

Lectura

- Inferencias
- Lugares de interés.
- Intercambio de hechos históricos y culturales
- Intereses especiales en turismo
- Manejo de hoteles.
- Identificación de diferencias y similitudes
- Comprensión de detalles de opiniones.
- Feriados públicos.

Escritura

- Hoja de vida (resume)
- La carta formal
- Perfiles profesionales.
- Memos.
- Correos electrónicos, faxes y memos.

- Menús.
- Reportes educativos y de trabajo.
- Descripciones de lugares turísticos y hoteles.
- Cartas de Solicitud, queja o disculpa.
- Cotizaciones
- Crítica
- Speech

METODOLOGIA

El curso tiene un enfoque ecléctico en el cual varias metodologías y técnicas se ponen en práctica para desarrollar cada situación de aprendizaje. Sin embargo, el énfasis está en el enfoque comunicativo y el cooperativo de manera que la interacción en parejas y en grupos es fundamental. El estudiante debe participar de forma constante en las diferentes actividades de escucha y de producción oral. También, el estudiante toma ventaja de un lenguaje auténtico con el fin de realizar proyectos bajo la metodología “Project Based Learning”, de tal forma que el estudiante aplique e integre los diversos contenidos académicos propios de la carrera de turismo en momentos reales o auténticos del proceso. Es así como el estudiante deberá realizar entrevistas a turistas en el idioma meta, desde los diferentes lugares por visitar en las giras de campo programadas de manera integral con otros cursos de la carrera que están relacionados. Todo lo anterior para observar y analizar el uso de los aspectos estudiados.

El profesor es un facilitador del proceso, a la vez que deberá mostrar conocimientos generales de los asuntos relacionados al campo del turismo y ser capaz de compartir ese conocimiento con los estudiantes.

Proyecto Especial

Durante el curso, el estudiante debe desarrollar un proyecto específico con las siguientes características:

- Participar en el trabajo de campo (gira) con objetivos integrados de otros cursos de turismo. (Por ejemplo: Gestión de Empresas Hoteleras).
- Entrevistar en inglés a turistas o personeros de las diferentes empresas turísticas por visitar para obtener la información requerida.
- Presentar un reporte oral y escrito utilizando los recursos tecnológicos y realizando sugerencias y recomendaciones ante las situaciones encontradas. (De acuerdo a instrucciones específicas que el profesor(a) les dará a los estudiantes en su momento)

Organización del tiempo del curso

Las 10 horas semanales (impartidas por dos profesoras) estarán organizadas de la siguiente manera:

- Expresión Oral

2 horas: Escucha, comprensión y pronunciación.

4 horas: Producción oral.

- Expresión Escrita
3 horas: Escritura y práctica oral de las estructuras gramaticales.
1 hora: Comunicación escrita y técnicas de lectura.

BIBLIOGRAFÍA

- Dale, P & Poms, L. (2005). English Pronunciation Made Simple. U.S.A: Longman.
- Dubicka, L. & O'Keefe, M. (2004). English for International Tourism.
- Pre - Intermediate level. U.K: Longman.
- Westheimer, M. (2005) Focus on Grammar 4. U.S.A.: Pearson Education.
- Westheimer, M. (2005) Focus on Grammar 5. U.S.A.: Pearson Education.
- Diccionario Inglés – Español recomendado por la facilitadora.
- Material de apoyo adicional aportado por la facilitadora.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial en Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:

SCC 408

Curso:

Introducción a las Finanzas para Turismo

Naturaleza:

Teórico- Práctico

Nivel

II - VI Ciclo

Modalidad

Ciclo de 18 semanas

Tipo de curso:

Regular

Créditos

3

Horas semanales

8

Horas presenciales

3 (3-Teoría)

Horas estudio independientes:

5

Horas docente:

3

Horas atención estudiantes:

1

Requisitos:

Ningún requisito

Correquisitos:

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN

El curso brinda al estudiante los elementos básicos de las finanzas, tales como el valor del dinero en el tiempo, el riesgo, rendimiento financiero, descuentos, interés simple y compuesto, anualidades, entre otros. Se dirige al estudio y la comprensión del carácter sistemático de la matemática y las finanzas, y su vinculación con la toma de decisiones en diferentes campos de la administración. Fomenta la disciplina de estudio individual y grupal por medio de una serie de tareas prácticas desarrolladas tanto en el aula como en tareas asignadas para elaborar fuera del aula con la intencionalidad de confrontar la teoría y la realidad empresarial del turismo.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Lograr que el (la) participante adquiriera los conocimientos, habilidades y destrezas financieras básicas que le permitan realizar cálculos financieros, con bases matemáticas apropiadas para el análisis, planificación e interpretación de las condiciones presentes y futuras relacionadas con la administración de los recursos financieros.

CONTENIDO

1. Introducción a las finanzas empresariales. Conceptos básicos, funciones, objetivos, actividades básicas e importancia de las finanzas empresariales.
2. El interés simple: concepto y cálculos. Descuento simple, porcentajes, comisiones.
3. Interés compuesto: definiciones, comparación de interés simple y compuesto, monto o valor futuro, monto acumulado e interés acumulado, valor presente. Cálculo de la tasa de interés y del tiempo. Tasa nominal y tasa efectiva, tasas equivalentes.
4. Anualidades: conceptos y clasificación de las anualidades. Anualidades simples, ciertas, ordinarias: valor presente, valor futuro, cuota o pago, tiempo y tasas de interés.
5. Anualidades anticipadas o prepagables. Anualidades diferidas: concepto y aplicación. Anualidades perpetuas o perpetuidades: conceptos y aplicación, cálculos financieros.
6. Amortización de créditos. Definiciones, sistemas más utilizados, tablas de amortización: sistema de amortización gradual, sistema de amortización constante, préstamos con periodo de gracia, otros sistemas.

METODOLOGÍA

El curso requiere de un estudio constante de las herramientas matemáticas que permiten la realización de cálculos financieros y la interpretación de los resultados obtenidos. El facilitador dirige los temas del programa de manera que se estudien, discutan, analicen y practiquen, con su aplicación en el campo del turismo. En este sentido, es un espacio participativo de teorías y práctica, donde cada integrante debe aportar constantemente en la resolución y estudio de la materia del curso. Las prácticas de clase como extra clase requiere el uso de calculadora, utilización de hojas electrónicas, así como sistemas de cálculo y tabulación manual. El curso debe permitir el trabajo en grupo como el trabajo individual.

BIBLIOGRAFÍA

- Serna Merino, J(1998). Matemática Financiera e Ingeniería Económica: una introducción a las finanzas. San José, C.R.: EUNED, Seg. Edición.
- Gutiérrez Marulanda, Luis Fernando (1996). Finanzas Prácticas para Países en Desarrollo. Bogota, Col.: Quinta reimpression. Editorial Norma.
- Gitman, Lawrence J. (2000). Principios de Administración Financiera. Octava Edición, Editorial Addison Wesley Longman, México.
- Huete M. (1998). Matemática Financiera. San José, CR.: Editorial EUNED.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 409
Curso:	Planificación del Desarrollo Turístico
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	II Nivel, IV Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (3 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Fundam. Administr. para Emp. Turísticas.
Nombre del docente:	

DESCRIPCION:

El curso brinda al estudiante el conocimiento y las herramientas necesarias para llevar a cabo una adecuada planificación en las actividades desarrolladas en el subsector turismo, tanto desde la perspectiva de la sostenibilidad en el manejo de los recursos materiales, financieros, naturales, tecnológicos, y humanos, como de todas las acciones empresariales incluyendo los aspectos de legislación y ordenamiento territorial.

Enfatiza en aspectos que permiten considerar la actividad desde un enfoque multidimensional, priorizando en el funcionamiento y gestión de los agentes participantes en el turismo (Estado, empresas, turistas y comunidad).

La práctica se basará en un trabajo de campo, que permita comprender la importancia de la planificación de proyectos en el desarrollo individual y colectivo de la actividad turística nacional, utilizando la planificación como herramienta de trabajo que permite dirigir los esfuerzos de manera efectiva hacia los propósitos (objetivos, metas, visión, misión, principios, etc) definidos y acordados entre los agentes desarrolladores del turismo, tanto a nivel gubernamental, institucional, local, empresarial y comunal.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS:

1. Reconocer en la planificación, la herramienta para lograr el desarrollo del turismo sostenible en las comunidades y organizaciones con potencial turístico, tomando en cuenta criterios ambientales, sociales, económicos, otros.
2. Estudiar y aplicar los métodos y técnicas para la planificación turística a partir del territorio.
3. Estudiar los principios, códigos, políticas, legislación y planes de desarrollo turístico nacional y regional, que dirigen el accionar del turismo a nivel mundial y nacional.

CONTENIDO

1. La planificación en el turismo: conceptos, importancia, etapas de la planificación, el proceso de planificación, componentes de la planificación, la ética y la responsabilidad social en la planificación.
2. La planificación formal por parte del Estado: conceptualización, enfoques y experiencias sobre planificación del turismo, política turística.
3. La planificación estratégica aplicada al turismo.
4. El enfoque global del turismo: diseño y planificación del producto global, planificación y desarrollo de destinos turísticos, análisis del ciclo de vida de los destinos, paisaje y conservación y estrategias aplicadas al la reconversión de destinos turísticos maduros.
5. La planificación operacional y presupuestación.
6. Planes, programas y proyectos relacionados al desarrollo turístico en Costa Rica: zonificación, ordenamiento territorial, planes de turismo, otros.
7. La planificación turística a partir del territorio: métodos y técnicas de planificación y usos del territorio, estudio de planes reguladores y planes de usos del suelo, introducción a los Estudios y evaluaciones de impacto ambiental, legislación aplicable en los puntos anteriores.
8. Planificación de proyectos turísticos desde el punto de vista empresarial: el proceso de la administración estratégica, estrategias empresariales dirigidas al turismo, implementación de estrategias.

METODOLOGÍA

El curso está diseñado para desarrollarse bajo un esquema de talleres interactivos con los estudiantes sobre situaciones concretas de la actividad turística nacional e internacional, de manera que se promueva el análisis y el sentido crítico e investigativo del estudiante. Lo anterior se complementa con giras de campo y estudio de casos específicos. Además, se deben realizar clases magistrales por parte del profesor y estimular la lectura en los participantes.

Las prácticas se llevan a cabo por medio de propuestas de planificación turística aplicado al ámbito comunitario, asociaciones o cámaras, empresas privadas (prioritariamente MIPYMES). Lo anterior demanda de la capacidad de analizar entornos turísticos e identificar oportunidades y amenazas, así como fortalezas y debilidades, para construir planes estratégicos de desarrollo, tanto a nivel empresarial como comunal o institucional. Se programará una gira para realizar análisis de casos sobre planificación turística.

Bibliografía

- Acerenza, M. (1985). Planificación estratégica del turismo. Editorial Trillas, segunda edición, México.
- Acerenza, M. (1991). Administración del turismo. Vol I, Editorial Trillas, segunda edición, México.
- Antón, Salvador y Vera, J (1998). Métodos y técnicas para la planificación turística del territorio. Grupo Estudios Turísticos, Tarragona, España.
- Bote Gómez, Venancio y Marchena Gómez, Manuel (1996). Política Turística. Editorial cívitas, Madrid, España.
- Boullón, R. (1992). Las actividades turísticas y recreacionales. Editorial Trillas, México.
- Boullón, R. (1991). Planificación del espacio turístico. Editorial Trillas, México.
- Hill, C y Jones, G. (1999). Administración Estratégica. Editorial Mc Graw Hill, tercera edición, Colombia.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 407
Curso:	Mercadeo para Empresas Turísticas
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	II Nivel, IV Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (3 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Métodos de Investigación para Turismo
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO:

El curso introduce al (la) estudiante en los temas específicos y conceptos básicos de mercadeo en las empresas turísticas, destacando la importancia de la función de mercadeo dentro de la empresa turística. Al concluir el curso, el estudiante deberá estar en capacidad de conocer y dominar las herramientas básicas de la mercadotecnia, de resolver situaciones complejas, tomar decisiones e implementarlas dentro del concepto marco de la mercadotecnia moderna y de las empresas turísticas.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO:

Analizar los fundamentos del mercadeo como función vital de la gestión administrativa de las empresas turísticas, y distinguir los elementos que constituyen la mezcla de mercadotecnia, fundamentando su importancia estratégica en un entorno altamente competitivo.

CONTENIDO:

- Panorama general de la mercadotecnia
- Planeación estratégica del marketing en turismo
- El ambiente de mercadotecnia turística
- Análisis de las oportunidades de mercadotecnia en la industria turística
- Toma de decisiones del consumidor del mercado turístico

- Mercadeo turístico por Internet
- La segmentación de mercados y los mercados meta: la particularidad del turismo
- Decisiones de productos, desarrollo y administración de productos turísticos
- Valor, calidad y satisfacción del turista
- Canales y distribución física
- Las ventas al detalle y al mayoreo en el mercado turístico
- Las estrategias de promoción y la comunicación en la mercadotecnia aplicada al turismo
- Decisiones de precios

METODOLOGIA DEL CURSO:

El curso conlleva la introducción y análisis de los conceptos teóricos, complementando este con el desarrollo y solución de casos prácticos relacionados con los conceptos estudiados. Así mismo se propicia el trabajo en equipo en el cual los estudiantes realizan investigaciones de campo para realizar propuestas alternativas mercadológicas para una organización. Un producto final es la construcción del plan de mercadeo para una empresa, producto o servicio, real o potencial en el ámbito turístico. La práctica implica la elaboración, tanto en el aula como extraclase, del plan de mercadeo. Así mismo, se programará la realización de una gira para conocer casos exitosos de mercadeo empresarial.

BIBLIOGRAFÍA

- Dillo, Madden & Firtle. (1996). La investigación de mercados, entorno de marketing. Editorial McGraw Hill – Irving. Tercera Edición.
- Guiltinam, Joseph, Gordon W. Paul. (1996). Administración de marketing, estrategias y programas. Quinta edición. Editorial Mc Graw Hill Interamericana S.A. Santa Fé, Bogotá
- Hawkins, Best & Coney. (1996). Comportamiento del consumidor, conceptos y aplicaciones. Editorial Mc Graw Hill, Cuarta Edición,
- Kotler, Philip, Armstrong G. (1998). Fundamentos de Mercadotecnia. Editorial Prentice may. Cuarta edición,
- Lambin, J. (1996). Marketing Estratégico. México, Editorial Mac Graw Hill, Tercera Edición,
- Lamm – Hair – McDaniel; (1998). Marketing, Cuarta Edición, Thompson Editores S.A. de C.V.
- Loudon D. Della, A. (1996). Comportamiento del consumidor, conceptos y aplicaciones. Editorial Mc Graw Hill, Cuarta Edición.
- Pride W, Ferrel O.C. (1996). Marketing, conceptos y estrategias. Mc Graw Hill, Novena Edición.
- Ries, All&Trout Jack. (1996). El Nuevo posicionamiento. Editorial Mc. Graw Hill.
- Stanton, W.; Etzel, M.J. y Walker, B.J. (1997). Fundamentos de Marketing. Editorial McGraw Hill, onceava edición.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 411
Curso:	Gestión de Empresas de Hospedaje
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	II Nivel, IV Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica y práctica monitoreada en empresa hotelera)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Gestión de Empresas Gastronómicas
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Mediante el curso se pretende analizar la importancia de los establecimientos de alojamiento, enfatizando en su evolución, clasificación y categorización. Se pretende que el curso aporte las bases conceptuales y metodológicas de la gestión hotelera, enfatizando en aspectos tales como reservaciones, ventas, mercadeo hotelero, servicios básicos y complementarios de un establecimiento hotelero. La práctica se basará en la aplicación de las técnicas hoteleras, en un establecimiento de alojamiento de la Región Chorotega. Dado que en este curso debe realizarse práctica en una empresa de hospedaje, la misma debe hacerse al final del ciclo lectivo, junto con la práctica del curso de Gestión de Empresas Gastronómicas, preferiblemente en el mismo lugar para unificar esfuerzos y recursos en este sentido. Por otra parte para no afectar el normal desarrollo de los demás cursos que debe llevar el estudiante durante el ciclo lectivo.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

Analizar los diferentes conceptos y procesos relacionados con la adecuada administración y gestión hotelera, desde la óptica de la importancia de los establecimientos de alojamiento, su clasificación y categorización, a través de la cual el estudiante podrá dominar aspectos tales como reservaciones, ventas, mercadeo hotelero y todos los servicios básicos que se llevan a cabo en un hotel.

CONTENIDOS

- Desarrollo de los Establecimientos de Alojamiento
- Terminología Hotelera
- Superestructura Costarricense
- Tipos de Establecimientos de Alojamientos Turísticos
- Categorización de los Establecimientos de Alojamiento
- Organización de los Alojamientos Turísticos
- Zonas Receptivas de Establecimientos de Alojamiento
- Comercialización de Alojamientos
- Animación Turística
- Servicio al Huésped

METODOLOGIA

El profesor será un facilitador para que los estudiantes sean los entes principales durante el curso, se realizarán trabajos grupales, análisis sobre tópicos del tema, trabajos de campo, se llevaran a cabo simulacros para algunas operaciones que se realizan en la administración hotelera, entre otras. Los estudiantes desarrollarán una Práctica Hotelera donde apliquen los conocimientos teóricos sobre gestión de empresas hoteleras. Se contempla la realización de una gira para realizar análisis de casos de gestión hotelera. Se llevarán a cabo las siguientes técnicas de instrucción:

- Discusión de lectura
- Tareas sobre tópicos relacionados con el curso
- Mesa redonda
- Estudio de casos
- Expositiva
- Demostrativa
- Lluvia de ideas
- Interrogatorio
- Dramatizaciones
- Trabajos de campo
- Casos Prácticos Integrales

BIBLIOGRAFÍA

- Báez, S. (1996). *Hotelería*. Editorial CECSA. México.
- Delmar S. (1990). *Mantenimiento de Hoteles: La Seguridad y Comodidad del Huésped*. Editorial Trillas, México.

- Foster, D. (1995). El Negocio de la Hospitalidad: Operaciones y Manejo del Departamento Administrativo. Editorial McGraw-Hill. México.
- Foster, D. (1994). Recepción en Hotelería: administración y operación. Editorial McGraw-Hill. México.
- Foster, D. (1994). Introducción a la Industria de la Hospitalidad. Editorial McGraw-Hill. México.
- Martínez F, y Solsona J. (2000) Alojamiento Turístico Rural: Gestión y Comercialización. Editorial SÍNTESIS. España.

Universidad Nacional
Facultad de Filosofía y Letras
Escuela de Literatura y Ciencias del Lenguaje
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	LIY433
Curso:	Inglés IV para Turismo
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	II Nivel, IV Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	6
Horas Semanales:	15
Horas Presenciales:	08 (4 Teoría – 4 Práctica)
Horas Estudio Independiente	07
Horas Docente:	08
Horas de atención a estudiantes:	3
Requisitos:	Inglés III para Turismo
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN

Inglés IV para Turismo es un curso con propósitos específicos (E.S.P) que continúa el proceso de mejoramiento en la adquisición de la lengua con la manipulación correcta de las cuatro habilidades para alcanzar un nivel de dominio de la lengua de intermedio alto según la escala ACFTL. El curso se desarrolla a través de tópicos relacionados especialmente con el ambiente laboral turístico en sus diferentes aplicaciones, tanto en el sector empresarial como en el medio ambiente, cultura, recreación y entretenimiento. Se aplica y perfecciona así, las diversas estructuras gramaticales en la comunicación escrita pero dando un mayor énfasis a la comunicación oral. Así mismo, el estudiante practica la comprensión auditiva y la pronunciación en el laboratorio de idiomas mediante videos, conferencias, documentales, entre otros. Además, se le brinda la oportunidad al estudiante de comprender y producir el lenguaje oral en contextos significativos, o sea, de su propio interés y necesidad a través de la práctica integral del idioma dentro del desarrollo de diversas actividades como las giras de campo propias de la carrera y proyectos específicos.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

1. Mantener una conversación sobre temas relacionados a la actividad turística y los temas derivados de la misma tales como el medio ambiente, la industria turística, la recreación, el entretenimiento, y aspectos fundamentales de la propia cultura y la extranjera.
2. Comprender las ideas generales y detalles importantes de una conversación u otro tipo de contexto oral sobre diversos temas, pero en especial el relacionado con Turismo.
3. Comunicarse oralmente en diversas situaciones de la vida cotidiana y en ambientes turísticos.
4. Conocer y utilizar diversas estructuras gramaticales.
5. Utilizar adecuadamente el vocabulario general y también el relacionado a la rama turística.
6. Formular y contestar preguntas sobre los diferentes temas de interés.
7. Mostrar conocimiento de técnicas de lectura y escritura.
8. Desarrollar estrategias que permitan auto controlar la producción oral para mejorar la pronunciación.
9. Intercambiar opiniones y recomendaciones sobre la viabilidad de proyectos turísticos a nivel nacional.

CONTENIDO

Funciones

- Brindar información acerca de días festivos, museos, monumentos y lugares histórico- culturales, entre otros atractivos turísticos, así como comidas típicas y platillos internacionales.
- Realizar presentaciones orales.
- Conversar sobre desarrollos turísticos existentes.
- Realizar encuestas.
- Preguntar y confirmar información.
- Dar recomendaciones.
- Negociar reservaciones para conferencias y grupos
- Recomendar formas de promocionar lugares de interés e itinerario de actividades.
- Describir y discutir sobre las fortalezas y debilidades de un país en el área del turismo.
- Manejar quejas
- Describir facilidades de servicios turísticos como hoteles, aeropuertos, transporte, entre otros.
- Dar opiniones acerca de la viabilidad de proyectos turísticos.
- Dar un tour guiado.
- Ofrecer recomendaciones para el alquiler de autos y motocicletas.
- Describir platillos, recomendar restaurantes, preparar un menú, y tomar una orden.
- Recomendar y describir festivales, días festivos.

- Conversar sobre la protección del medio ambiente, actividades en el tiempo libre, arte y entretenimiento, deportes y la vida en las grandes ciudades.
- Externar opiniones sobre relaciones personales, profesiones, inventos modernos, eventos noticiosos actuales y hechos históricos.
- Establecer comparaciones sobre el desarrollo de la actividad turística propia de Costa Rica con otros desarrollos mundiales en este campo.

Comprensión Auditiva y Pronunciación

- Comprensión de entrevistas, instrucciones, diálogos, conferencias, lecturas, descripciones, noticias, convenciones, canciones.
- Pronunciación
- Vocales en detalle.
- Consonantes en detalle.
- Diferencias entre “voiced and voiceless consonants”.
- “<ed> and <s> Endings”.
- Entonación en oraciones, diálogos, preguntas, “tag questions” and “pitch patterns”.
- Repaso de “stress, rythm, and intonation”
- Contraste y repaso de vocales.
- Contraste y repaso de consonantes.

Estructura

- Pasado simple y presente perfecto simple (repaso).
- Presente perfecto y presente perfecto continuo (repaso).
- Pasado perfecto y pasado perfecto continuo (repaso)
- Futuro perfecto y futuro perfecto continuo.
- Verbos compuestos para propósitos específicos.
- “Tag questions” (repaso).
- “Adjective clauses with object relative pronouns” (when &where).
- Prefijos
- Conjunciones.
- Tipos y orden de los adjetivos.
- “Reporting verbs”.
- La voz pasiva (repaso).
- “Relative Clauses”
- Condicionales reales en presente futuro y pasado.
- Condicionales no reales en presente, futuro y pasado.
- Gerundios e infinitivos (repaso).

Lectura

- Definiciones de Turismo e intereses especiales del área.
- Lugares de interés
- Intercambio de hechos históricos y culturales.

- Manejo y descripción de hoteles, agencias tour operadoras, y demás servicios turísticos.
- Identificación de diferencias y similitudes.
- Comprensión de detalles de opiniones.
- Promociones
- Cuestionarios
- Itinerarios
- Cotizaciones
- Menús
- Brochurs y guías turísticas.

Escritura

- Cartas de recomendación, de solicitudes específicas, de disculpa, de acuerdos, de promoción y de confirmación de reservaciones.
- Resúmenes basados en notas.
- Cuestionarios.
- Reportes educativos y empresariales.
- Material promocional (brochures & leaflets).
- Noticias.
- Fax, memos y mensajes electrónicos.
- Itinerarios y tours.
- Diseños para proyectos turísticos.
- Ensayos sobre temas relacionados.

METODOLOGIA

Este curso tiene un enfoque ecléctico que conlleva la utilización de varias metodologías en las cuales se destaca el aprendizaje por proyectos o “Project Based Learning”. Aquí el estudiante debe trabajar no solo de forma individual, sino que también en parejas o grupos con el fin de realizar proyectos. Es así como toma ventaja de un lenguaje auténtico con el fin de aplicar e integrar los diversos contenidos académicos propios de la carrera de turismo en momentos reales del proceso. Por ello, se deben realizar giras de campo por medio de las cuales el estudiante obtenga la información necesaria para el proyecto postulado. Es en este momento que el joven, por ejemplo, entrevista a turistas en el idioma meta, observa y analiza situaciones reales de la operación en los diversos servicios turísticos, teniendo la oportunidad de aplicar el uso de los aspectos estudiados. El enfoque es comunicativo y cooperativo donde el profesor es un facilitador del proceso, a la vez que deberá mostrar conocimientos generales de los asuntos relacionados al campo del turismo y ser capaz de compartir ese conocimiento con los estudiantes.

Proyecto Especial

Durante el curso, el estudiante debe desarrollar un proyecto específico con las siguientes características:

- Participar en el trabajo de campo (gira) con objetivos integrados de otros cursos de turismo. (Gestión de Empresas Gastronómicas).
- Entrevistar en inglés a turistas o personeros de las diferentes empresas turísticas por visitar para obtener la información requerida.
- Recibir charlas e instrucciones en inglés, información que le será necesario para el proyecto planteado.
- Presentar un reporte oral y escrito utilizando los recursos tecnológicos y realizando sugerencias y recomendaciones ante las situaciones encontradas. (De acuerdo a instrucciones específicas que el profesor(a) les dará a los estudiantes en su momento)

Organización del tiempo del curso

Las 10 horas semanales (impartidas por dos profesoras) estarán organizadas de la siguiente manera:

- Expresión Oral
2 horas: Escucha, comprensión y pronunciación.
4 horas: Producción oral.
- Expresión Escrita
3 horas: Escritura y práctica oral de las estructuras gramaticales.
1 hora: Comunicación escrita y técnicas de lectura.

BIBLIOGRAFÍA

- Dale, P. & Poms, L. (2005). English Pronunciation Made Simple. U.S.A: Longman.
- Sturtt, P. (2004). English for International Tourism - Intermediate Level. U.K: Longman.
- Westheimer, M. (2005) Focus on Grammar 5. U.S.A.: Pearson Education.
- Diccionario Inglés – Español recomendado por la facilitadora.
- Material de apoyo adicional aportado por la facilitadora

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 412
Curso:	Gestión de Agencias de Viajes
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, V Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica y práctica monitoreada en agencias de viaje)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Gestión de Empresas de Hospedaje
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso aporta a los estudiantes los principios teóricos y prácticos que le permitan lograr una adecuada gestión sobre el funcionamiento de las operaciones y la organización de las agencias de viajes, además de las técnicas que intervienen en la elaboración de los diferentes circuitos e itinerarios turísticos.

Bajo este contexto, el curso tiene por objetivo, que los y las estudiantes conozcan, practiquen y analicen los procesos administrativos y operativos que se desarrollan en las diferentes categorías de agencias de viajes. La práctica consiste en aplicar las técnicas en agencias de viajes en el sector turismo.

Con los conocimientos adquiridos el estudiantes estará en capacidad de administrar una empresa de agencia de viajes, conocer su naturaleza, las funciones, los procesos que las involucra, los aspectos legales generales y establecidos por el ICT, elaborar itinerarios, tours, excursiones, establecer precio de venta de los servicios; así como la comercialización, distribución de su oferta, mercados a los que atenderá entre otros aspectos inherentes al curso.

Dado que en este curso debe realizarse práctica en una agencia de viajes, la misma debe hacerse al final del ciclo lectivo, para no afectar el normal desarrollo de los demás cursos que debe llevar el estudiante durante el ciclo lectivo.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos

en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Dotar al estudiante de los fundamentos básicos para administrar y gestionar una agencia de viajes. Al final del curso podrá determinar el marco conceptual, funcionamiento y clasificación de una agencia de viajes, y con ello valorar los servicios que se ofrecen con el fin de asesorar al cliente sobre los productos que mejor se adapten a sus necesidades.

CONTENIDOS

- Concepto de Agencia de Viajes
- Desarrollo de las Agencias De Viajes
- Categorización de las Agencias de Viajes
- Organización Administrativa y Contable
- Funcionamiento de las Agencias de Viajes
- Servicios que ofrece una Agencia de Viajes y su Comercialización
- Confección de Paquetes y Tours Turísticos
- Desarrollar los Módulos de Reservas, Construcción de Tarifas Aéreas y Emisión de Billetes Mecanizados

METODOLOGIA

El alumno será el actor principal del curso, considerándose al profesor un facilitador del curso. Se deben realizar giras académicas, con el fin de elaborar trabajos de investigación en el campo de acción, con exposiciones orales. Así mismo, estructurar un proyecto diseñando productos turísticos y estrategias de mercadeo para una comunidad o asociación. Es un curso sumamente interactivo y vivencial, por lo que algunas veces requerirá que las clases se den directamente en el campo por lo que se requiere de mucho estudio extraclase.

Se recomienda realizar mínimo 2 giras técnicas de verificación. Se llevarán a cabo las siguientes técnicas de instrucción:

- Discusión de lectura
- Tareas sobre tópicos relacionados con el curso
- dramatizaciones
- Expositiva
- Lluvia de ideas
- Interrogatorio
- Vivencial, debate, mesa redonda y trabajos de campo.

BIBLIOGRAFIA

- Acerenza, Miguel. (1990). Agencia de Viajes. Editorial Trillas. México.
- De La Torre, Francisco. Agencia de Viajes y Transportación. Editorial Trillas. México.
- Foster, Dennis. (1994). Agencias de Viajes: Administración y Operación. Editorial McGraw-Hill. México.
- Petra, Nicolás. (1998) Las Agencias de Viajes y de Turismo. Editorial Diana. México
- Rosano, Jesús. (1990). Agencias de Viajes: Construcción de Tarifas y Boletaje. Editorial Trillas. México.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código:	SCC 413
Curso:	Seminario de Organización Comunal
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, V Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (3 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Planificación del Desarrollo Turístico
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO:

Este curso pretende relacionar al estudiante con los enfoques teórico-metodológicos de la organización comunitaria. Desde esta perspectiva se recuperan los aportes de la extensión, en sus diferentes visiones, así como parte del debate que existe actualmente sobre esta temática.

Partiendo de una introducción a la política social se toma la acción comunitaria como uno de los parámetros de referencia para valorar la eficacia, la capacidad que tienen los diversos enfoques teóricos-metodológicos para generar capital social. Se entiende el capital social como la capacidad de auto-organización cívica, capaz de construir redes de confianza y cooperación generadoras de eficacia institucional y desarrollo local.

Se estudiarán prácticas de experiencias de promoción y capacitación realizadas por profesionales en esta área. Se buscará distinguir los alcances y limitaciones de las técnicas de trabajo comunitario expuestas por los investigadores y extensionistas.

En este sentido, se tratará de identificar las estructuras organizacionales de diferentes comunidades, lo cual permita conocer su idiosincrasia y poder incidir positivamente en el desarrollo de éstas. Esto ya que el turismo es una actividad que implica un contacto directo con las estructuras sociales de las comunidades. En esta interacción se pueden producir efectos negativos en los patrones culturales si no se conoce su funcionamiento interno y su estructura organizacional.

Así mismo, el curso pretende que el estudiante resuelva y proponga alternativas junto con las comunidades regionales a los problemas que limitan las posibilidades de gestión empresarial local, lo cual permita promover o incidir en el desarrollo de la microempresa turística comunitaria.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos

en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS:

- 1) Describir las diferentes teorías, técnicas y metodologías de la organización comunal.
- 2) Conocer experiencias de promoción y capacitación en la organización comunal.
- 3) Analizar estudios de caso desarrollados a nivel regional.
- 4) Identificar las estructuras organizacionales de diferentes comunidades, lo cual permita conocer su idiosincrasia y poder incidir positivamente en el desarrollo de éstas.
- 5) Diagnosticar y proponer alternativas junto con las comunidades regionales a los problemas que limitan las posibilidades de gestión empresarial local, lo cual permita promover o incidir en el desarrollo de la microempresa turística comunitaria
- 6) Realizar talleres con las organizaciones de las comunidades priorizadas
- 7) Elaborar una propuesta de proyecto de turismo comunitario para una comunidad de la región chorotega.

CONTENIDO:

- Política social, asistencia y desarrollo de capacidades: Importancia del capital humano y del capital social.
- Enfoques teóricos metodológicos de desarrollo participativo.
- Experiencias de proyectos comunitarios, análisis y reflexión.
- La organización comunal en Costa Rica.
- La Sociedad Civil en la región Chorotega.
- Turismo y cultura organizativa en Guanacaste.
- Desarrollo del turismo y organización comunal.
- Análisis de las observaciones y prácticas personales.

METODOLOGÍA:

La metodología se caracteriza por ser sistemática e interactiva. En la cual la participación activa y permanente de los estudiantes es fundamental para establecer un proceso de retroalimentación constante.

La metodología a desarrollar se enmarca según los siguientes aspectos:

- Exposiciones magistrales por parte del profesor.
- Discusión dirigida de lecturas, mediante la integración de grupos en clase.
- Exposiciones por parte de los estudiantes de los temas asignados.
- Trabajo de campo en una comunidad de la región chorotega.
- Elaboración de una propuesta de organización para una comunidad.
- Discusión dirigida de temas de actualidad.
- Análisis de estudios de caso.

Los estudiantes llevarán a cabo una práctica en una organización comunal de la región chorotega, que les permita elaborar un proyecto de organización comunitaria. Se deben realizar varias giras a las comunidades seleccionadas para realizar el trabajo de campo.

BIBLIOGRAFÍA:

- Asociación Regional de Salud Comunitaria de San Ramón, (1986). Nuestra Historia sin paredes, San Ramón.
- Case D, D"Arcy (1992). Herramientas para la comunidad, FAO, Roma.
- Donato, E (2001). La política social. En Guión del curso "Políticas y Servicios Sociales" del programa Regional de Maestrías en Desarrollo Rural, UNA, elaborado por Miguel Sobrado.
- EPPS 1979 Evaluación del proyecto de Extensión con Empresas Comunitarias Campesinas. Dpto Publicaciones UNA.
- Estado de la Nación, Proyecto. (2001). Auditoría ciudadana sobre la calidad de la democracia. Vol 1 y 2.
- FAO (organización de las Naciones Unidas para la Alimentación 1987, La extensión agrícola, manual de consulta, Roma.
- Freire, P (1973) ¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural, Ed, Siglo XXI
- Freire P. s.f. La educación como práctica de la libertad, ICIRA, Santiago de Chile
- Goldemberg, O. (1990). De la protesta a la propuesta, Editorial Pec, Heredia.
- Goncanvez, L (2000). Guión del curso Capacitación Rural Maestría en desarrollo rural, UNA.
- Grupo de tecnología apropiada de Panamá y desarrollo educativo internacional de los EEUU (1981). Cómo hacerlo y hacerlo bien. Imprenta el Copión, Panamá.
- Marchioni, M (1989). Planificación social y organización de la comunidad. Editorial Popular, S.A. Madrid.
- Morais, C (2000). Apuntes sobre teoría de la organización. Editado Cámara de Diputados, México DF.
- Morgan, Lynn M. (1997). La política de atención primaria en Costa Rica. EDNASS-CCSS.
- Ortiz, J. (1979). La participación del Hospital como generador de desarrollo y bienestar, editado en mimeo por la Asociación costarricense de Hospitales.
- Raff, Cy Sobrado, M. (2002) Un Futuro para los Excluidos. 1ª. ED. EUNA, Heredia, Costa Rica.
- Raff, C. (1996). Autonomus Development, Humanizing the Lanscape. Editorial Zed-Books Londres-New Jersey (existe versión en español 2004 de la EUNA).
- Raff, C (1999). El Desarrollo autónomo, en Memoria del Congreso Iberoamericano y del Caribe de Extensión Universitaria, EUNA, Heredia.
- Sobrado, MI y Rojas JJ. (2004). América Latina: crisis del estado clientelista y la construcción de repúblicas ciudadanas. Cámara de Diputados Federal, México.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 414
Curso:	Gestión del Turismo Alternativo
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, V Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Planificación del Desarrollo Turístico
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO:

Al final del curso el estudiante estará en la capacidad de reconocer las áreas que integran el turismo alternativo, el motivo por el cual se desplaza el turista: el de recrearse en su tiempo libre realizando diversas actividades en constante movimiento, buscando experiencias significativas; en dónde el turista busca desarrollar estas actividades en y con la naturaleza, de preferencia en estado conservado, así como qué condiciones y actitudes debe asumir al realizar estas actividades con un compromiso de respetar, apreciar y cuidar los recursos que está utilizando para recrearse. Las prácticas que demande este curso deben programarse al final del ciclo lectivo para no afectar el normal desarrollo de los demás cursos programados en el ciclo lectivo.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Promover en el estudiante la comprensión de que el turismo alternativo tiene como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. Realizar actividades de animación dentro del ámbito del Turismo, dando un valor añadido a los productos turísticos y reforzando los planes de excelencia turística.
2. Proporcionar al estudiante una visión general sobre la administración de eventos y actividades turísticas
3. Aportar los conocimientos para desarrollar la capacidad de gestión y coordinación de actividades para profesionales que desempeñan su actividad dentro del Turismo de Salud.
4. Identificar las diferentes dimensiones del turismo rural, resaltando su repercusión como elemento impulsador del desarrollo rural.
5. desarrollar un criterio más amplio en materia de Turismo Ecológico, aplicando en el sector turismo y ambiental de una forma responsable para la toma de decisiones estratégicas y así asegurar mejores resultados en sus decisiones
6. Identificar en el estudiante el concepto de turismo de aventura como una alternativa de la oferta turística dentro de actividades distintas y novedosas.
7. Conocer el turismo de aventura individual y colectiva
8. Identificar los factores culturales y su importancia en el turismo, así como .las principales manifestaciones del patrimonio cultural tangible, integrando las principales manifestaciones del patrimonio cultural intangible.
9. Conocer la organización y gestión del turismo cultural.

CONTENIDOS:

1. Concepto de turismo alternativo. Definición, características, tipologías
2. Los recursos naturales y el turismo alternativo de costa
3. Departamento de animación y La figura del animador turístico
4. Psicología del Cliente, Juegos en la animación turística
5. Planificación, programación y organización de actividades turísticas
6. Técnicas de Grupo
7. Disciplinas relacionadas con Turismo de Salud, A quién se dirige el Turismo de Salud, En donde se realiza el Turismo de Salud
8. Fundamentos, generalizaciones, marco conceptual y recursos del turismo rural.
9. Tipos de Turismo Rural: El Agroturismo.
10. Desarrollo sostenible del turismo rural: La experiencia nacional e internacional
11. Origen del turismo Ecológico, .conceptos de Turismo Ecológico.
12. El desarrollo del turismo Ecológico en Costa Rica y Centro América.
13. Principios éticos que sustentan el turismo ecológico. (Código Mundial)
14. Concepto de turismo de aventura
15. Clasificación del turismo de aventura
16. Diferencia entre Deporte, Recreación y turismo de aventura.
17. Conceptualización y fundamentos del turismo cultural.
18. Atractivos turísticos y turismo cultural: experiencia nacional e internacional.
19. Factores que determinan el atractivo turístico de una región.

20. Elementos sociales y culturales que contribuyen al atractivo turístico de una región.
21. Actividades productivas y su relación con el turismo cultural

METODOLOGIA:

Se combina la teoría con la práctica, basados en trabajos de campo, ejercicios prácticos, dinámicas en clase, giras de verificación de temas, análisis de casos. Se recomienda realizar prácticas en las diferentes áreas que integran el turismo alternativo, y culminar el curso con un planeamiento debidamente diseñado con las actividades recreativas que integra el turismo alternativo. Se programarán al menos dos giras para conocer y experimentar las vivencias del turismo alternativo.

BIBLIOGRAFIA

- ACOPROT (2006). Revista Tecnitur: especial turismo cultural. Costa Rica.
- Amigo, I, Fernández, C y Pérez, M (1998). Manual de Psicología de la Salud. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Ávila R. (2002). Turismo Sostenible. Lepala. Madrid, España.
- Baez, A. (1988). Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en las áreas protegidas de Centroamérica. Turismo y Conservación Consultores S.A. San José, Costa Rica.
- Blasco B. T. (1994). El ejercicio como elemento de salud. En: Actividad física y salud. Barcelona: Ediciones Martínez Roca. Pág. 43 a 76.
- Buendía, Juan M. (1991) Organización de Convenciones, Congresos y Seminarios. Editorial Trillas. México, D.F.
- Casasola, L. (1990). Turismo y Ambiente. Editorial Trillas. México
- De la Torre, F. (2000) Administración Hotelera. Primer Curso: División de cuartos. Editorial Trillas
- Dosil, J. (2004). Psicología de la Actividad Física y del Deporte. España: Mc Graw Hill.
- Furst E., Wolfgang H (2002). Turismo de larga distancia y desarrollo regional en Costa Rica. Ed DEI, Costa Rica.
- González, H. (2005). El turismo alternativo en la región centroamericana. CEMEDE, Costa Rica.
- González, L. y Talón P. (2002). Dirección Hotelera: Operaciones y procesos. Editorial Síntesis.
- Mestres Soler, Juan R. (1999). Técnicas de gestión y dirección hotelera. Editorial Gestión 2000.
- McIntoch, R (2002). Turismo: planeación, administración y perspectivas. Limusa Wiley. México.
- Schiffman, León y Lazar L. (1997). Comportamiento del consumidor. Editorial Prentice-Hall. Quinta Edición. México.
- Tonatiuh, C. (1991) Organización de Congresos y Convenciones. Editorial Trillas. México, D.F.

- Zamorano, F. Manuel: (2002). Turismo Alternativo: Servicios turísticos diferenciados: animación, turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, turismo receptivo— Trillas, México.
- Zamorano, F. Manuel (2002). Turismo alternativo. Editorial Trillas, México.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 415
Curso:	Gestión de Recursos Humanos en Empresas Turísticas
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, V Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (3 Teoría)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Gestión de Empresas de Hospedaje
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO

El curso aborda en forma general todos los procesos y funciones que se llevan a cabo en el área de gestión de recursos humanos, por tanto el estudiante podrá estar en capacidad de identificar y desarrollar los procesos básicos de un sistema de recursos humanos para el adecuado accionar y desarrollo de los trabajadores, y por tanto de la empresa en general. Así tendrá la capacidad de entender que el adecuado manejo de este tema es sensible y muy estratégico para las organizaciones de hoy. Comprende desde la identificación y contratación del personal, hasta los procesos de registro, formación y desarrollo del mismo, como acciones básicas para asegurar su mayor aporte de capacidades.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO:

- Comprender cada uno de los subsistemas y procesos de la gestión y administración de recursos humanos que son llevados a cabo en una empresa turística, para el logro efectivo de sus objetivos y fines.

CONTENIDO:

- Concepto e importancia de la Administración de Recursos Humanos en el engranaje empresarial u organizacional
- Objetivos y políticas de recursos humanos
- Ubicación del Programa de Recursos en la estructura de la organización
- El nuevo concepto de gestión del talento humano
- Análisis, descripción y clasificación de puestos
- Valoración de puestos y estructuras de salarios
- Reclutamiento, selección e inducción de recursos humanos
- Formación y desarrollo de recursos humanos
- Evaluación del desempeño de recursos humanos
- Legislación laboral
- Higiene y salud ocupacional
- Documentación, trámite y registro
- Actividades extracurriculares

METODOLOGIA

El curso es teórico, pero contrasta dicha teoría con la realidad que viven las empresas e instituciones en el tema de gestión de recursos humanos. Por ello, el estudiante debe conocer y estudiar los sistemas, procesos y procedimientos que aplican estas en la práctica, a través de visitas, entrevistas y la presentación de informes que recojan tales experiencias. Es conveniente contar con la presencia de responsables de estos procesos para que compartan sus experiencias en el aula. Las prácticas se realizarán tanto en el aula como en visitas a empresas.

BIBLIOGRAFIA

- Barquero, A. (1998). Administración de Recursos Humanos. Edit. UNED. San José, Costa Rica.
- Chiavenato, I. (1998). Administración de Recursos Humanos. Edit. McGraw.Hill. cuarta edición. México.
- Chiavenato, I. (2002). Gestión del Talento Humano. Edit. McGraw-Hill. Bogotá.
- William W y Keith D. (2001). Administración de personal y recursos humanos. Edit. McGraw-Hill. México.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Facultad de Filosofía y Letras
Escuela de Literatura y Ciencias del Lenguaje
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera

Código:	LIY 434
Curso:	Expresión Oral: Perspectivas del Turismo
Naturaleza:	Práctico
Nivel:	III, V Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	6
Horas Semanales:	15
Horas Presenciales:	08 (2 Teoría – 6 Práctica monitoreada en empresas turísticas)
Horas Estudio Independiente	07
Horas Docente:	08
Horas de atención a estudiantes:	3
Requisitos:	Inglés IV para Turismo
Nombre del docente:	

DESCRIPCION

El curso **Expresión Oral Perspectivas del Turismo**, es el primero de esta modalidad donde los estudiantes de esta área desarrollarán con mayor énfasis la expresión oral utilizando técnicas como los debates, foros de opinión, presentaciones orales y “speech” o discurso. El curso se desarrollará a través de una serie de temas relacionados al área de turismo, en el cual los estudiantes utilizarán la información obtenida de diferentes recursos bibliográficos, para ser expuesta y analizada mediante las diferentes técnicas, mostrando, al finalizar el curso, un nivel del idioma avanzado, de acuerdo a la escala ACFTL.

Así mismo, el estudiante continuará practicando la comprensión auditiva en el laboratorio de idiomas, además de seguir con la puesta en práctica de diferentes estructuras gramaticales y expresiones idiomáticas, las cuales incrementarán su vocabulario, y por ende, su producción oral para al final alcanzar un nivel avanzado del idioma.

Este curso comprende la realización de una práctica monitoreada de 6 horas por semana en una empresa turística, en la cual, el estudiante podrá practicar el idioma meta en un contexto real y afín a su campo de estudio. Esta práctica se realiza durante todo el ciclo lectivo (simultáneamente con el desarrollo del curso) y es progresiva, de tal forma, que los (as) estudiantes puedan practicar y reforzar los conocimientos y habilidades de la lengua adquiridos en el transcurso de este curso en la compañía anfitriona, Así mismo, las experiencias vividas en esta práctica, sirven para enriquecer los temas de estudio del curso. Todo lo anterior con la guía

y acompañamiento del profesor a cargo. Igualmente, el estudiante deberá desarrollar una propuesta en inglés tendiente a fortalecer el servicio en la compañía turística anfitriona.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de:

1. Identificar el impacto del turismo en C.R y otras regiones del mundo
2. Comparar y contrastar el turismo rural en C.R.
3. Debatir sobre la importancia del turismo en América Latina.
4. Analizar la problemática del Turismo.
5. Expresar opiniones acerca del patrimonio cultural y natural de C.R.
6. Utilizar las formas lingüísticas apropiadas para expresar diversas funciones del lenguaje.
7. Describir diversas operaciones turísticas en empresas afines.
8. Establecer y desarrollar una propuesta tendiente a mejorar y fortalecer el servicio en una empresa turística.
9. Expresar y defender opiniones fundamentadas y coherentes en forma de discurso (speech) o en actividades grupales de discusión.
10. Utilizar diferentes estrategias de comunicación oral para interactuar efectivamente.
11. Fortalecer vocabulario y conocimiento sobre temas de la actividad turística.
12. Desarrollar estrategias de comprensión auditiva que le permitan entender material auditivo auténtico.
13. Conversar sobre temas, ideas y situaciones diversas, utilizando lenguaje idiomático.
14. Conversar espontánea y fluidamente, haciendo uso de vocabulario apropiado al contexto.

TEMÁTICA

1. Destinos turísticos nacionales e internacionales.
2. Patrimonio Natural: Parques Nacionales, lugares de preservación de flora y fauna.
3. Patrimonio Cultural: lugares histórico – culturales, tradiciones, costumbres, días festivos.
4. Eco Turismo
5. Calentamiento Global y sus efectos en la industria turística
6. El negocio del turismo: Ocupaciones, emprendedurismo, servicio al cliente, desarrollos turísticos, organizaciones y políticas gubernamentales, planificación turística, diferencias culturales en los negocios.
7. Turismo Rural
8. Turismo de Salud

9. Turismo Sexual
10. El Impacto del Turismo: El futuro de la industria, temas de actualidad relacionados, Desarrollo vrs. Patrimonio.
11. Mercadeo Turístico: campañas de promoción del producto turístico y vocabulario relacionado.
12. Glosario de términos utilizados en hotelería y turismo.
13. Expresiones Idiomáticas relativas a los temas en estudio.
14. Técnicas para dar un discurso o “speech”.
15. Los “Ticos”: anfitriones y propulsores de la actividad turística.

Funciones

1. Expresar opiniones.
2. Debatir y discutir.
3. Describir e inferir problemas en los servicios turísticos.
4. Argumentar acerca de temas turísticos.
5. Comparar y contrastar temas de interés turístico.
6. Brindar recomendaciones sobre los temas relacionados.

Comprensión Auditiva

1. Comprensión de diálogos, conferencias, descripciones, reportes, frases idiomáticas.
2. canciones, entrevistas, conversaciones, discusiones, programas de radio y televisión, anuncios comerciales, presentaciones, historias, juegos, visitas guiadas, anécdotas, debates, discursos.

METODOLOGÍA

El curso se desarrolla alrededor de una serie de temas turísticos que proporcionan al estudiante diferentes contextos reales y oportunidades de comunicación oral. Mediante la presentación, descripción, discusión y debate, el estudiante podrá comprender y utilizar el vocabulario de acuerdo con los diferentes contextos. El curso se compone de dos partes fundamentales. En una, se presentan y discuten los temas propuestos a través de las diversas actividades comunicativas en las que los estudiantes deberán participar activamente y de forma espontánea. En esta sección se hará uso de recursos didácticos escritos así como videos, y otros materiales de audio necesarios, los cuales serán ricos en vocabulario concerniente a la actividad turística y expresiones idiomáticas generales.

En la otra parte, el estudiante deberá realizar una práctica de 6 horas semanales en una empresa turística en donde el mismo desarrolle una función en la que tenga que enfrentarse a turistas y deba utilizar el idioma inglés como medio de comunicación primordial para brindar el servicio que el visitante busca. Durante esta practica, el estudiante debe desarrollar una propuesta en inglés tendiente a mejorar el servicio brindado en la compañía donde se realiza la práctica. Para ello, será guiado y monitoreado por el profesor, quien además de desarrollar el papel de facilitador, tendrá la responsabilidad de mantener una constante comunicación con la compañía turística, con el fin de velar por el correcto desempeño y satisfacción en ambas partes. (El estudiante y la compañía). El profesor a cargo deberá

programar visitas a las compañías anfitrionas con este objetivo. Igualmente, se aprovecharán las lecciones presenciales para comentar lo acontecido en el tiempo de práctica cuando esto atañe y se considere necesario. El estudiante deberá presentar la propuesta con sus resultados al profesor y compañeros (as) de clase al finalizar el curso. Una copia de este informe deberá ser entregado a la empresa anfitriona de ésta práctica laboral. En ambas partes, los estudiantes pueden discutir criticar y hacer comentarios acerca de las diversas actividades y temáticas en forma individual, grupal, o en parejas.

Organización del tiempo del curso

Las 10 horas semanales estarán organizadas de la siguiente manera:

- 4 horas presenciales: Dos teoricas en el aula y dos prácticas en el laboratorio de Idiomas de la Sede Regional Chorotega.
- 6 horas Prácticas Monitoreadas: En una compañía turística de la región.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvarado, G. (2005) Costa Rica. Land of Volcanoes. San José: EUNED
- Alvarez, C. Marina K. & Villareal H. (1978). Polimodal English, Level 2 Tourism. New York: Longman.
- Alexander, V. (1978). Talk it over. New York: Longman.
- Broukal, M. (1994). Idioms from Everyday Use. Illinois: National Textbook
- Dale, P & Poms, L. (2005). English Pronunciation Made Simple. U.S.A: Longman.
- Collis, H. (1996). 101 American English Idioms: Understanding and Speaking English Like an American. Lincolnwood, IL: Passport Books.
- Fond, J. (2001) Casos de Turismo Cultural. New York: Ariel.
- Gestión Administrativa para Empresas Turísticas. Mexico: Trillas,
- Instituto Costarricense de Turismo (2004). Certificación para la Sostenibilidad Turística. Guía de Aplicación. San José: ICT.
- Klippel, F. (1984). Keep talking. U.S.A: Cambridge University Press.
- Kotler, P (1997). Marketing for Hospitality and Tourism. Mexico: Prentice Hall.
- Mc Intouch, W. (2005). Tourism / Turismo. México: Limusa.
- Mota, I. (2000). Manual para el mesero de 5 estrellas. Mexico: Panorama,
- Muñoz, M. (2005). Logística y Turismo. España: Diaz de Santos.
- Naylor, L. (2002). Join the Club 1 & 2 Idioms for Academic & Social success. New York: Mc Graw-Hill.
- Nolasco, R. & Lois A: (1987). Conversation. U.S.A: Oxford University Press.
- Okeene, M. (1977). Talking Points. London: Longman.
- Perez, M (2003). La guía del ecoturismo. Mexico: Mundi Prensa.
- Porter, L. (1987). Role Play. U.S.A: University Press.
- Spears, R. (1993) American Idioms Dictionary. Lincolnwood: National Textbook Company.
- Strange, R (2005). Adventures in Nature: Costa Rica. San José: Travel Publishing.
- Skutch, A. (2001). Un naturalista en Costa Rica. Heredia: INBIO.

- Walkings, D. (1995). The idiom Advantage. Massachussets: Adisson- Wesley Publishing Company.
- Material audiovisual autentico en formato impreso, casete, disco compacto, CD ROM, VHS y DVD a ser usado principalmente para poner en práctica los contenidos teóricos en el aula.

DESCRIPTORES DEL ÉNFASIS EN NEGOCIOS TURÍSTICOS

**TABLA 16
ESTRUCTURA CURRICULAR DEL
ÉNFASIS EN NEGOCIOS TURISTICOS**

III NIVEL, VI CICLO

CÓDIGO	NOMBRE DEL CURSO	CREDITOS
	Optativo I	03
	Optativo II	03
	Administración Financiera para Empresas Turísticas	03
	Investigación de Mercados Turísticos	03
	Expresión Oral: temas comerciales y turísticos	06
Total		18

IV NIVEL VII CICLO

CÓDIGO	NOMBRE DEL CURSO	CREDITOS
	Optativo III	03
	Optativo IV	03
	Legislación para Empresas Turísticas	03
	Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos	03
	Gestión de Negocios Turísticos Internacionales	03
	Gestión de Proveeduría en Empresas Turísticas	03
Total		18

IV NIVEL VIII CICLO

CÓDIGO	NOMBRE DEL CURSO	CREDITOS
	Práctica Profesional Supervisada	12
Total		12
TOTAL CREDITOS PROFUNDIZACION		48

Los cursos optativos a los que pueden recurrir los estudiantes que opten por esta profundización, son los siguientes:

- **Técnicas de Negociación**
- **Liderazgo Empresarial**
- **Formación de Emprendedores**
- **Ambiente y Desarrollo Sostenible**
- **Economía para Turismo**
- **Gestión del Talento Humano**

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial en Turismo Sostenible.

Código de carrera:

Código: SCC 420

Curso: **Administración Financiera para Empresas Turísticas**

Naturaleza: Teórico- Práctico

Nivel: III nivel, VI Ciclo

Modalidad: Ciclo de 18 semanas

Tipo de curso: **Regular**

Créditos: 3

Horas semanales: 8

Horas presenciales: 4 (2T-2P)

Horas estudio independientes: 4

Horas docente: 4

Requisitos: **Contabilidad para Empresas Turísticas**
Introducción a las Finanzas para Turismo

Correquisitos:

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN

El curso Administración Financiera para Empresas Turísticas pretende dar una visión integral del manejo financiero de una empresa. Permite al participante adquirir los conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para gestionar, administrar y planificar los recursos financieros en empresas turísticas, procurando su uso eficiente y eficaz para el logro de los objetivos organizacionales. Profundiza en el análisis de la información financiera proporcionada por los principales estados financieros, con capacidad para calcular indicadores, proyectar escenarios financieros y controlar el uso eficiente de los recursos de la empresa, integrando las distintas áreas de la administración con las finanzas.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Lograr que el (la) estudiante de turismo adquiriera los conocimientos, habilidades y destrezas que le permitan optimizar el uso de los recursos financieros, con herramientas claras que le posibiliten en el análisis, planificación e interpretación de las condiciones presentes y futuras relacionadas con el riesgo y rendimiento en la administración de los recursos financieros.

CONTENIDO

1. La administración de los recursos financieros
2. La empresa turística y el entorno financiero
3. Diagnóstico, análisis financiero, y flujos de efectivo en empresas turísticas.
4. Presupuesto de capital, costo de capital y toma de decisiones
5. Apalancamiento, Punto de equilibrio, Estructura de capital y decisiones de financiamiento.
6. Las proyecciones financieras, presupuestos de efectivo.
7. Introducción a la preparación de estados financieros pro forma.
8. Calculo y aplicación del Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), periodo de recuperación y otros, como herramientas para la evaluación financiera.
9. Temas complementarios: Fusiones, adquisiciones, alianzas y otros. Fondos de inversión, mercados de valores, leasing, outsourcing, underwriting, cartas de crédito, crédito comercial, crédito e inversiones bancarias, factoreo y otros.

METODOLOGÍA

La clase es un espacio en que se estudian y analizan los diferentes puntos de vista de los participantes y su aplicación en el campo empresarial del turismo. En este sentido, es un espacio participativo con teorías y práctica, donde cada integrante debe aportar constantemente en la resolución y estudio de la materia del curso. Se requiere de un estudio riguroso por parte de los participantes del curso. Algunas prácticas incluyen la utilización de la matemática financiera, así como algunos indicadores de rentabilidad y riesgo. La utilización de software como hojas electrónicas permite la incorporación de tecnologías de información al proceso de análisis financiero, así como sistemas de cálculo y tabulación de la información.

Los temas complementarios y de investigación a la materia trabajados en grupo, de esta manera se promueve el trabajo en equipo.

BIBLIOGRAFÍA

- Gitman, Lawrence J. (2000). Principios de Administración Financiera. Octava Edición, Editorial Addison Wesley Longman, México.
- Guajardo Cantú Gerardo. Contabilidad Financiera. (1998). Editorial McGRAW HILL, Segunda Edición. México.
- Gutiérrez Marulanda, Luis Fernando (1998). Finanzas Práctica para Países en Desarrollo. Editorial NORMA, Colombia.
- Iglesias Millan, Joseph A. (2001). Técnicas de Investigación Aplicadas al Sector Turístico. Editorial Síntesis. España.
- Sierra Molina, Guillermo y Otros (2003). Introducción a la Contabilidad y al Análisis Financiero en el Sector Turístico. Ediciones Pirámide, Madrid España.

- Sapag Nassir y Sapag Reinaldo (2000). Preparación y Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición. Editorial McGRAW HILL, Santiago Chile.
- Van Horne, James C. (1993). Administración Financiera. Editorial Prentice May. Novena Edición, México.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial en Turismo Sostenible

Código de carrera:	SCC 421
CURSO:	Investigación de Mercados Turísticos
Código:	
Naturaleza:	Teórico-Práctico
Nivel:	III nivel, VI ciclo
Modalidad:	18 semanas
Tipo de curso:	Regular
Créditos:	3
Horas semanales:	8
Horas presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica)
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Horas de estudio independiente:	4
Requisitos:	Mercadeo para Empresas Turísticas
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso brinda al estudiante de turismo las herramientas necesarias para comprender los diferentes usos e importancia, que tiene en el entorno actual la aplicación de la Investigación de Mercados (IM), para conocer al cliente tanto interno como externo, en cuanto a sus deseos y necesidades reales, asegurando así una mayor permanencia y éxito de la empresa turística en el mercado. El curso se concentra en estudiar la consumo turístico, las tendencias, gustos y preferencias, comportamientos del mercado y la valoración del turista sobre los destinos y productos turísticos.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Brindar al (la) estudiante las herramientas necesarias para comprender los diferentes usos e importancia que tiene en el entorno actual la aplicación de la Investigación de Mercados (IM), para conocer al cliente tanto interno como externo, en cuanto a sus deseos y necesidades reales, para promover una mayor permanencia y éxito de la empresa turística en el mercado.

CONTENIDO:

- El papel de la investigación de mercados en la toma de decisiones de las empresas turísticas
- Planificación de un proyecto de investigación de mercados en turismo

- Presentación y comunicación de la investigación de mercados
- Métodos cualitativos de entrevista
- Métodos de entrevista por encuestas
- Encuestas por internet y recopilación de datos primarios: la observación y la experimentación
- Escalas de medición y diseño de cuestionarios para investigación en turismo
- Muestreo y tamaño de la muestra
- Estudios estratégicos de mercados turísticos: posicionamiento, segmentación y estructuración
- Pruebas de conceptos y productos turísticos
- Estudios de pruebas de mercados en turismo

METODOLOGÍA

El curso de Investigación de Mercados es en su mayoría un curso de tipo práctico y participativo, dentro del cual el profesor juega principalmente un papel de organizador y guía para el desarrollo de diferentes casos en clase. No obstante, las prácticas de campo se llevan a cabo una vez cubiertos algunos temas importantes vistos en clases. Así mismo, es un curso que combina casos para la discusión grupal. El (la) estudiante debe realizar una investigación de mercado, en grupo, que sustente una idea de negocio o le dé un aporte significativo a alguna Micro o Pequeña empresa de la región. Este estudio debe ser riguroso y seguir cada uno de los pasos de la IM y ser expuesto en clase. La parte práctica en el campo se realizada por los (las) estudiantes dirigidas por el facilitador donde apliquen el instrumental del curso al mercado turístico.

BIBLIOGRAFÍA

- Abascal Rojas, Francisco (2001). *“Cómo se hace un plan estratégico – La teoría del marketing estratégico”*, 3ª. Edición. Editorial ESIC, Madrid, España.
- Barlon Janelle y Moller claus. (2005). *Una queja es un favor*. Bogotá: Grupo Editorial norma. Colombia
- Churchill Jr., Gilbert A. (2003). *“Investigación de Mercados”*. 4ª. edición. Editorial Thomson, México.
- Czinkota, Michael y Kotabe, Masaaki (2001). *“Administración de la Mercadotecnia”*, 2ª. Edición. Editorial Thomson Learning, México
- Dillo, Madden y Firlte (1999). *La Investigación de Mercados en un Entorno de Marketing*. McGraw Hill, Tercera Edición, España.
- Fernández Valiñas, Ricardo (2001): *“Manual para elaborar un plan de mercadotecnia”*, 1ª. Edición. Editorial ECAFSA Thomson Learning, México.
- Hair, Bush y Ortinau (2004): *“Investigación de Mercados”* 2ª. edición. Editorial McGraw-Hill, México.
- Kotler, Philip (2001). *“Dirección de Marketing”* Edición del Milenio. Pearson Educación, México.
- Malhotra, Narres K. (2004). *“Investigación de Mercados – Un enfoque aplicado”* 4ª. ed. Editorial Pearson Educación de México, SA de CV. México.

- McDaniel, Carl & Gates, Roger (2005). "*Investigación de Mercados*". 6ª. edición. International Thomson Editores, SA de CV, México.
- Schiffman, León G. y Lazar Kanuk, Leslie (2005). "*Comportamiento del Consumidor*", 8ª. edición. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana S.A. de C.V., México.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Facultad de Filosofía y Letras
Escuela de Literatura y Ciencias del Lenguaje
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera

Código:	LIY 435
Curso:	Expresión Oral II: Temas Comerciales y Turísticos
Naturaleza:	Práctico
Nivel:	III, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	6
Horas Semanales:	15
Horas Presenciales:	8 (2 Teoría – 6 Práctica monitoreada en empresas turísticas)
Horas Estudio Independiente	7
Horas Docente:	8
Horas de atención a estudiantes:	3
Requisitos:	Expresión Oral I: Perspectivas del Turismo

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN:

Es un curso de expresión oral que brinda al estudiante la oportunidad de desarrollar su pronunciación, estructuras gramaticales, fluidez y espontaneidad, mediante la discusión de material relacionado con temas turísticos, comerciales, económicos. Además, le permite incrementar su vocabulario general y específico a través de su uso en contexto. Se emplean funciones y estrategias de comunicación oral para desenvolverse adecuadamente en distintas situaciones de la vida real, para al final demostrar un dominio del idioma avanzado, según la escala ACFTL. También, se utiliza el laboratorio de idiomas para el desarrollo de la comprensión auditiva y complementar el conocimiento de los temas propuestos. Diversas técnicas de interacción oral se ponen en práctica, tales como mesas redondas, debates, exposiciones orales, discursos o “speech”, discusión en parejas y grupales, resolución de problemas, entre otros.

Este curso comprende la realización de una práctica monitoreada de 6 horas por semana en una empresa turística, en la cual, el estudiante podrá practicar el idioma meta en un contexto real y afín a su campo de estudio. Esta práctica se realiza durante todo el ciclo lectivo (simultáneamente con el desarrollo del curso) y es progresiva, de tal forma, que los (as) estudiantes puedan practicar y reforzar los

conocimientos y habilidades de la lengua adquiridos en el transcurso de este curso en la compañía anfitriona, Así mismo, las experiencias vividas en esta práctica, sirven para enriquecer los temas de estudio del curso. Todo lo anterior con la guía y acompañamiento del profesor a cargo. Igualmente, el estudiante deberá desarrollar una propuesta en inglés tendiente a fortalecer el servicio en la compañía turística anfitriona.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresariedad.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de:

1. Conversar espontánea y fluidamente haciendo uso de vocabulario apropiado al contexto.
2. Utilizar las formas lingüísticas apropiadas para expresar diversas funciones del lenguaje.
3. Expresar y defender opiniones fundamentadas y coherentes.
4. Utilizar diferentes estrategias de comunicación oral para interactuar efectivamente.
5. Fortalecer su vocabulario y conocimiento sobre temas comerciales y turísticos.
6. Desarrollar estrategias de comprensión auditiva que le permitan entender material auditivo auténtico.
7. Conversar sobre temas, ideas y situaciones diversas utilizando lenguaje idiomático.

TEMATICA

1. Efectos de la globalización.
2. El manejo del petróleo.
3. Las transnacionales y el turismo.
4. Causas y efectos de la inflación y sus repercusiones en la actividad turística.
5. El déficit comercial.
6. La deuda interna y externa de C.R.
7. Causas y efectos de la devaluación.
8. La dolarización.
9. Los distintos tratados comerciales y sus implicaciones en el desarrollo turístico.
10. Las importaciones y exportaciones.
11. El Euro y el Dólar.
12. Publicidad y propaganda comercial.
13. El consumismo.
14. Frases Idiomáticas relativas a los temas en estudio.
15. Técnicas y organización de un debate formal.

FUNCIONES

- Expresar opiniones.
- Debatir y discutir.
- Argumentar acerca de temas comerciales varios y sus implicaciones en el desarrollo turístico.
- Comparar y contrastar temas comerciales y de interés turístico.
- Brindar recomendaciones sobre los temas relacionados.

Comprensión Auditiva

- Comprensión de diálogos, conferencias, descripciones, reportes, frases idiomáticas.
- canciones, entrevistas, conversaciones, discusiones, programas de radio y televisión, anuncios comerciales, presentaciones, historias, juegos, visitas guiadas, anécdotas, debates, discursos.

METODOLOGÍA

El curso se desarrolla alrededor de una serie de temas comerciales - turísticos que proporcionan al estudiante diferentes contextos reales y oportunidades de comunicación oral. Mediante la presentación, descripción, discusión y debate, el estudiante podrá comprender y utilizar el vocabulario de acuerdo con los diferentes contextos. El curso se compone de dos partes fundamentales. En una, se presentan y discuten los temas propuestos a través de las diversas actividades comunicativas en las que los estudiantes deberán participar activamente y de forma espontánea. En esta sección se hará uso de recursos didácticos escritos así como videos, y otros materiales de audio necesarios, los cuales serán ricos en vocabulario concerniente a la actividad turística y expresiones idiomáticas generales.

En la otra parte, el estudiante deberá realizar una práctica de seis horas semanales en una empresa turística en donde el mismo desarrolle una función en la que tenga que enfrentarse a turistas y deba utilizar el idioma inglés como medio de comunicación primordial para brindar el servicio que el visitante busca. Durante esta practica, el estudiante debe desarrollar una propuesta en inglés tendiente a mejorar el servicio brindado en la compañía donde se realiza la práctica. Para ello, será guiado y monitoreado por el profesor, quien además de desarrollar el papel de facilitador, tendrá la responsabilidad de mantener una constante comunicación con la compañía turística, con el fin de monitorear el correcto desempeño y satisfacción en ambas partes. (El estudiante y la empresa).

El profesor a cargo deberá programar visitas a las empresas anfitrionas con este objetivo. Igualmente, se aprovecharán las lecciones presenciales para comentar lo acontecido en el tiempo de práctica cuando esto atañe y se considere necesario. El estudiante deberá presentar la propuesta con sus resultados al profesor y compañeros (as) de clase al finalizar el curso, así como una copia de esta propuesta a la empresa anfitriona correspondiente.

En ambas partes, los estudiantes pueden discutir criticar y hacer comentarios acerca de las diversas actividades y temáticas en forma individual, grupal, o en parejas.

Organización del tiempo del curso

Las 08 horas semanales estarán organizadas de la siguiente manera:

- 02 horas presenciales: Una vez a la semana, dos horas en el aula.
- 06 horas Practica Monitoreada: En una empresa turística de la región.

BIBLIOGRAFÍA

- Alexander, V. (1978). Take a Stand. New York: Longman.
- Bunke, D. (1992). Street Talk- 1: How to speak and Understand American Slang. Los Angeles: Optima Books.
- Broukal, M. (1994). Idioms from Everyday Use. Illinois: Textbook Company.
- Collis, H. (1996). 101 American English Idioms: Understanding and Speaking English an American. Illinois: Passport Books.
- Klippel, K. (1984). Keep talking. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nolasco, R. & Lois A. (1987). Conversation. Oxford: Oxford University Press.
- Oekenden, M. (1977). Talking Points. London:Longman.
- Porter, L. (1987). Role Play. Oxford: University Press.
- Spears, R. (1993). NTC's American Idioms Dictionary. National Textbook Company, Lincolnwood.
- Walkings, D. (1995). The idiom Advantage. Massachussets: Adisson- Wesley Publishing.
- Un, P. (1984). Discussion that work. Cambridge: University Press.
- Artículos varios de libros, revistas y periódicos. Material audiovisual variado.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial en Turismo Sostenible.

Código de la Carrera

Código:	SCC 416
Curso:	Legislación para Empresas Turísticas
Naturaleza:	Teórico- Práctico
Nivel:	IV nivel –VII Ciclo
Modalidad:	Ciclo de 18 semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (3 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	1
Horas de atención a estudiantes:	4
Requisitos:	Gestión de Recursos Humanos para Empresas Turísticas Seminario de Organización Comunal

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso busca desarrollar un análisis de la legislación nacional aplicado a la actividad empresarial del turismo, vinculada a la realidad política, social, económica e institucional del país y de la región. Pretende que el estudiante conozca la legislación que regula la actividad turística costarricense, y analice las instituciones y las políticas institucionales sobre esta materia.

El curso ofrece al estudiante el manejo de las principales normas jurídicas que regulan la actividad turística costarricense, desde la perspectiva laboral, comercial, tributaria, de incentivos, de ordenamiento y protección de recursos naturales. Además, pretende explorar diferentes formas en que las comunidades pueden organizarse con fines turísticos.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Analizar las normas jurídicas más importantes aplicables a la actividad empresarial turística en Costa Rica, dando énfasis al impacto de las mismas en el

éxito empresarial del turismo sostenible, tomando la Región Chorotega, como caso de estudio.

CONTENIDO:

- La actividad turística como objeto de regulación jurídica: Ley de Industria Turística y Reglamentos a Empresas y Actividades Turísticas.
- Reglamento a la Ley de Licores.
- Legislación laboral y su aplicación al turismo.
- Derecho comercial aplicado al turismo en Costa Rica.
- Derecho tributario y financiero aplicado al turismo.
- La zona marítima terrestre: leyes y reglamentos.
- Ley de incentivos para el desarrollo turístico: incentivos, beneficios, el contrato turístico, prohibiciones.
- Ley orgánica del ambiente, ordenamiento territorial, áreas silvestres protegidas.
- Reglamento para empresas de hospedaje.
- Concesión de patentes y permisos.
- Ley de pesca y acuicultura.
- Reglamento para eventos internacionales.
- Temas jurídicos específicos en negocios turísticos

METODOLOGÍA

El desarrollo del curso contempla clases magistrales con lecturas previas asignadas, discusiones en clase, análisis de lecturas, atención y resolución de casos administrativos y sentencias judiciales. Se asigna un trabajo de investigación sobre un tema relacionado con el turismo que deberá exponerse en clase para su discusión y evaluación.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Legislativa (1943). Ley No. 2, Código de Trabajo. Gaceta 192, San José, CR.
- Decreto 3284, Asamblea Legislativa (1964). Código de Comercio. Gaceta 119, San José, CR.
- Decreto 6758 (1996). Ley Reguladora del Proyecto Turístico del Golfo de Papagayo. Gaceta No. 173, San José, CR.
- Decreto Ejecutivo 17757 (1987). Reglamento a la Ley de Licores. San José, CR.
- ICT. 1997. Normas que regulan las empresas y actividades turísticas. Edit. Janet. San José, CR.
- Ley Sobre la Zona Marítimo Terrestre y su Reglamento.
- Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo No. 1917 (1955). Diario oficial La Gaceta No. 175 de agosto de 1955. San José, CR.
- Ley Zona Marítimo Terrestre (1977). Gaceta No. 3, enero 1978
- Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico (1992). Diario oficial La Gaceta No. 66, abril 1992. San José, CR.
- Ley Orgánica del Ambiente.
- Quesada Renato. 2000. Elementos del Turismo. Edit. EUNED. San José, CR.

- Vargas Alex y Leiva Alvaro. 1993. Compendio de legislación Turística. Editorial IJ S.A. San José, CR.

UNIVERSIDAD NACIONAL

Sede Regional Chorotega

Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código: SCC 417

Curso: **Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos**

Naturaleza: Teórico – Práctico

Nivel: IV Nivel, VII Ciclo

Modalidad: 18 Semanas

Tipo de curso Regular

Créditos: 3

Horas Semanales: 8

Horas Presenciales: 4 (2 Teoría – 2 Práctica)

Horas Estudio Independiente 4

Horas Docente: 4

Horas de atención a estudiantes: 1

Requisitos: Contabilidad para Empresas Turísticas
Introducción a las Finanzas para Turismo
Mercadeo para Empresas Turísticas

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

En la dinámica nacional e internacional actual, es indispensable que el profesional posea un amplio dominio del análisis y profundización del nuevo rol que desempeña la formulación y gestión de proyectos. La formulación de proyectos se ha convertido en una herramienta fundamental para cualquier profesional. El curso está orientado hacia el conocimiento de las técnicas para la formulación exitosa de proyectos, aplicada al campo de las empresas turísticas. Por un lado, se pretende conocer el origen e importancia de los proyectos, con un énfasis particular en la orientación de necesidades formales y técnicas de los proyectos. Y por otro lado, se busca analizar las principales etapas por las que pasan los proyectos con el fin de obtener resultados exitosos.

El curso es, tanto práctico como teórico, también tratará sobre la identificación de necesidades empresariales en la Región Chorotega, con el propósito de formular proyectos turísticos dirigidos a las comunidades con cierto grado de potencialidad para ser incorporada al desarrollo socioeconómico regional. El curso introduce el marco conceptual y estructural de un estudio de factibilidad, posibilidad y viabilidad, aplicando los métodos y técnicas de investigación existentes, para identificar y formular los proyectos necesarios en la zona, dando especial énfasis a la participación local o comunitaria, así como actividades propias de la región que se deseen impulsar dentro del sector turístico, con el propósito de aprovechar oportunidades.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

Objetivo General:

- Analizar las principales técnicas para la formulación de proyectos, que permita generar una serie de conocimientos, actitudes y aptitudes para una administración efectiva de los mismos.

Objetivos Específicos

1. Describir el marco conceptual de la formulación y evaluación de proyectos.
2. Determinar la trascendencia que juega el liderazgo en la administración de proyectos.
3. Conocer las principales técnicas de negociación utilizadas en la administración de proyectos.

CONTENIDOS

- Marco conceptual de la formulación y gestión de proyectos
- Ciclo de vida de los proyectos
- Tipología de los proyectos
- Terminología y atributos de la administración de proyectos
- Identificación de Necesidades
- Objetivos y metas de los proyectos
- Propuestas de proyectos
- Estudio de Mercado
- Caracterización del Proyecto
- Localización del proyecto
- Identificación de fuentes de financiamiento

METODOLOGIA:

La metodología de enseñanza aprendizaje se caracteriza por ser sistemática e interactiva, en la cual la participación activa y permanente de los estudiantes es fundamental para establecer un proceso de retroalimentación constante. La metodología a desarrollar estará enmarcada en los siguientes aspectos:

- Discusión dirigida de lecturas mediante la integración de grupos en clase
- Exposiciones magistrales
- Trabajo de campo y elaboración de un perfil de proyecto
- Exposiciones de los estudiantes sobre temas a investigar asignados por el profesor.
- Análisis de estudios de casos

BIBLIOGRAFÍA

- Hernández, A. (2003) Formulación y evaluación de proyectos. Editorial Editorial Trillas. México.
- ICAP. (2002) Manual de formulación de proyectos. San José, Costa Rica.

- Cleland, D.I. (1999). Project Management, 3rd ed., McGraw Hill, New York, USA.
- Gido J. y Clements, J. (2003) Administración Exitosa de Proyectos. Thompson editores, México.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 422
Curso:	Gestión de Negocios Turísticos Internacionales
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (3 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Investigación de Mercados Turísticos
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

En el contexto internacional actual caracterizado por un mercado sumamente competitivo al cual se enfrentan hoy todos los países, es de suma importancia, preparar a los profesionales del sector turístico en el manejo de negocios, no sólo en el entorno nacional sino también en el entorno internacional. La Gestión de los Negocios Internacionales se desarrolla en un contexto global. La dinámica global actual y los diversos acontecimientos internacionales, influyen directamente en las distintas decisiones gerenciales que se adoptan, por lo que el tomador de decisiones no puede ignorar dicha realidad.

Lo anterior reafirma que es fundamental mostrar la naturaleza tanto del comercio como de los negocios internacionales y conocer sus entornos; como lo son: las Corporaciones Multinacionales, los Organismos Internacionales, el Sistema Monetario Internacional y su impacto sobre los negocios. También se muestran las tendencias y direcciones de las empresas internacionales. El curso se basa en un enfoque de administración estratégica que brinde al estudiante amplios conocimientos en la Gestión de los Negocios Globales.

OBJETIVO

Propiciar que los estudiantes adquieran una adecuada preparación en los aspectos globales de la gestión empresarial, que permita a su vez tener un enfoque general y estratégico de los negocios internacionales y su vinculación con el turismo.

CONTENIDO

- Terminología de negocios internacionales
- Internacionalización de los mercados

- Crecimiento del comercio internacional y de la inversión extranjera
- Organizaciones Internacionales en el contexto de los negocios internacionales
- Fuerzas del entorno y sus repercusiones en los negocios
- Entorno Externo: Fuerzas financieras, económicas y socioeconómicas
- La Gerencia y las fuerzas del entorno
- ¿Cómo ingresar a los mercados extranjeros?
- La Empresa Multinacional
- El ambiente y la Estrategia en los Negocios Internacionales
- Alianzas Estratégicas
- Nuevas tendencias de los Negocios Internacionales
- Otros temas complementarios, de acuerdo al contexto de la realidad internacional.

METODOLOGÍA

La metodología se caracterizará por ser sistemática e interactiva. En la cual la participación activa y permanente de los estudiantes es fundamental para establecer un proceso de retroalimentación constante. La metodología a desarrollar estará enmarcada en los siguientes aspectos:

- Exposiciones magistrales por parte del profesor, discusión dirigida de lecturas, mediante la integración de grupos en clase, exposiciones por parte de los estudiantes de los temas asignados, trabajo de campo en una comunidad de la región chorotega, elaboración de una propuesta para una comunidad, discusión dirigida de temas de actualidad, análisis de estudios de caso.

Se considera indispensable que la metodología sea combinada entre la teoría y la práctica de modo que la participación del estudiante sea activa, utilizando métodos y técnicas fuera de aula (actividades extra curriculares). Se considera importante el trabajo de investigación con bibliografía actualizada y con procesos de evaluación y coevaluación. Se contempla la realización de una gira a alguno de los puertos de tránsito de mercancías internacionales, puede ser un aeropuerto internacional o un puerto marítimo.

BIBLIOGRAFÍA

- Ball, D y Mc C W. (1997) Negocios Internacionales. Mc Graw Hill. España.
- BANCOMEX. (1997) Revista Comercio Exterior. México.
- Bangs, D. (1998) El Plan de Negocios. Upstart,USA.
- Daniels, J. (2000) Negocios Internacionales. PEARSON, Octava Edición, México
- Daniels, J. (1996) International Business. Addison USA.
- Lewicks, R. (1997) Essentials of Negotiations. Mc Graw Hill.
- Rugman, A. (1997) Negocios internacionales. Mc Graw Hill, México
- Revista Nueva Sociedad. (1994.) Comercio, Estado y estrategias de desarrollo. Venezuela. Vol. 133.
- SELA. (1997) Revista Capítulos. Vol. 50.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:

SCC 423

Curso:

Gestión de Proveeduría en Empresas Turísticas

Naturaleza:

Teórico – Práctico

Nivel:

IV Nivel, VII Ciclo

Modalidad:

18 Semanas

Tipo de curso

Regular

Créditos:

3

Horas Semanales:

8

Horas Presenciales:

4 (3 Teoría – 1 Práctica)

Horas Estudio Independiente

4

Horas Docente:

4

Horas de atención a estudiantes:

1

Requisitos:

Administración Financiera para Empresas Turísticas

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN DEL CURSO:

Mediante el desarrollo de este curso se estudia la temática relacionada con la administración efectiva de los recursos materiales para la consecución de los objetivos de una organización empresarial turística, de manera que se garantice la atención de las distintas necesidades, con criterios de oportunidad, calidad y precio. La práctica consiste en un trabajo de investigación sobre la gestión de recursos materiales, en las organizaciones turísticas, lo cual considera la definición, descripción y discusión de las principales funciones de proveeduría y su importancia para la empresa, así como el análisis del ordenamiento jurídico actual relacionado con la contratación de bienes y servicios.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Proveer al estudiante de los conocimientos fundamentales sobre los procesos relacionados con la proveeduría de bienes y servicios para la empresa turística. Corresponde analizar el tema de adquisiciones y contrataciones para asegurar los insumos adecuados y pertinentes hacia una adecuada gestión de las empresas.

CONTENIDO TEMÁTICO:

- Introducción a la gestión de proveeduría en empresas turísticas.

- Sistema de administración de materiales en empresas turísticas.
- Gestión del aprovisionamiento.
- Gestión del almacenamiento.
- Plan de protección de recursos materiales.
- Responsabilidad ambiental y laboral en la administración de materiales.
- Sistemas de administración de inventarios.
- Relaciones comerciales con proveedores de bienes y servicios.

METODOLOGÍA

Para asegurar el aprendizaje de esta temática debe recurrirse a la teoría existente, por lo cual el profesor debe suministrar dicha teoría para ser discutida en clase. Debe fomentar por lo tanto la participación individual y grupal de los estudiantes. Asimismo, el estudiante debe distinguir los distintos procesos y trámites que debe realizar una empresa para asegurar su efectivo aprovisionamiento, para lo cual debe realizar investigaciones en empresas turísticas, lo que le permite así contrastar la teoría con la práctica. Es fundamental la discusión de casos alrededor de lo que contempla la normativa nacional en la materia. Al final deben ser presentadas las experiencias estudiadas para conocimiento y discusión en clase.

BIBLIOGRAFÍA:

- Chavez, A. (1998). Costos I. Introducción al estudio de la Contabilidad y Control de los costos industriales. Primera edición. Editorial ITAE. San José, Costa Rica.
- Chavez, E (2005). Administración de Materiales. Editorial EUNED. San José, Costa Rica.
- Gonzales, I (1987). Compras y Almacenamiento (Aprovisionamiento). Primera Edición. EUNED. Módulos 1, 2, 3, 4 y 5. San José, Costa Rica.
- Leenders, M. (et.al.)(1995). Administración de Compras y de Materiales. Primera reimpresión. Compañía Editorial Continental, S.A. Distrito Federal, México.
- Muller, M (2004). Fundamentos de Administración de Inventarios. Grupo Editorial Norma.
- Serrano, C (1991). Administración de Recursos Materiales. Editorial de la Universidad de Costa Rica. Primera edición. San José, Costa Rica.
- Serrano, C. (1991). La Contratación Administrativa. Primera Edición. Editorial de la Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica.
- Zenz, G (1980). Compras y Administración de Materiales. Editorial Limusa. México, Distrito Federal.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 418
Curso:	Práctica Profesional Supervisada
Naturaleza:	Práctico
Nivel:	IV Nivel, VIII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	15
Horas Semanales:	32
Horas Presenciales:	2
Horas Práctica:	28
Horas Estudio Independiente	2
Horas Docente:	8
Horas de atención a estudiantes:	2
Requisitos:	70% de los créditos de la carrera aprobados, dentro de ese porcentaje deben estar los cursos: Expresión Oral I: Perspectivas del Turismo Legislación para Empresas Turísticas Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos

Nombre del docente:

DESCRIPCION DEL CURSO:

El presente curso consiste en una práctica académica, la cual es supervisada, que busca consolidar los conocimientos técnicos y destrezas adquiridas, así como el desarrollo de actitudes y valores. Es una experiencia que realiza el (la) estudiante en un ámbito específico de aplicación de su especialidad disciplinaria o profesional, y a su vez, un espacio de aprendizaje que le posibilita la proyección social, laboral, y el establecimiento de relaciones teóricas, metodológicas y técnicas con la realidad. Todo lo cual tiene un impacto significativo en su formación integral.

El curso es de naturaleza práctica. El esquema de trabajo requiere un esfuerzo profesional, disciplinado, además de una actitud creativa e innovadora, con mucha disposición al mejoramiento continuo, característica inherente al profesional con rasgos de excelencia en sus funciones, emprendedor, en permanente estudio y análisis del entorno para una mejor concepción de las oportunidades que se le presentan.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos

en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

La Práctica Profesional Supervisada, como estrategia metodológica, pretende integrar los conocimientos de las áreas funcionales de una empresa turística, mediante la incorporación del (la) estudiante en una comunidad de la región, institución pública, empresa privada, incluyendo el sector de las micro, pequeñas y medianas y grandes empresas, que desarrollan su gestión en el sector turismo.

Los (las) estudiantes de la carrera de Gestión Empresarial del Turismo Sostenible podrán llevar a la práctica el proceso teórico recibido durante su formación académica en la universidad, obtener experiencia laboral y principalmente, transmitir su conocimiento como asesoría al sector que más lo requiera como un aporte del estudiante y la universidad a la sociedad.

OBJETIVO

Aplicar e integrar los conceptos teóricos, las herramientas metodológicas, técnicas y actitudes personales que se han desarrollado en el cumplimiento de la formación académica – profesional en Turismo, mediante la incorporación del (la) estudiante a una comunidad y/u organización empresarial que desarrolla sus actividades en el sector, ya sea pública o privada, para que pueda contribuir a su transformación productiva, promoviendo la búsqueda de mejores niveles de competitividad para beneficio del desarrollo socioeconómico regional y nacional.

CONTENIDO TEMATICO:

Aplicación práctica, en una organización empresarial dada, de los conceptos teóricos analizados en el desarrollo del plan de estudios, y que están relacionados con el proceso administrativo de empresas que gestionan sus actividades en el sector turístico.

METODOLOGIA

La práctica pretende que el futuro profesional ejercite no solo sus conocimientos, sino también que genere aportes importantes a la organización receptora, lo cual puede abordarse desde dos modalidades, a saber:

- **Modalidad 1: Cumplimiento de funciones de gestión administrativa en una organización del sector turismo:** El (la) estudiante se incorpora a la organización donde cumplirá la Práctica Supervisada, y procederá a cumplir con las funciones que le encomiende la organización, en coordinación con el profesor supervisor, en el entendido que deben ser funciones que le permitan aplicar los conceptos teóricos y prácticos recibidos durante su formación académica previa en la Universidad Nacional. El (la) estudiante deberá cumplir al menos 532 horas de labores en la organización.

- **Modalidad 2: Formulación y/o ejecución de un proyecto de gestión turística en una organización empresarial, en una comunidad de la región, o en el contexto de un esfuerzo personal emprendedor:** Esta modalidad de práctica se puede desarrollar, escogiendo uno de los siguientes contextos:
 - a) Ejecución de un proyecto de gestión turística en una organización empresarial o en una comunidad de la región: En este contexto, el (la) estudiante interviene en un proyecto existente, cuya inserción debe coordinarse con la organización o comunidad receptora. El objetivo básico del proyecto es identificar un problema de gestión turística en la organización para comprender su naturaleza, desarrollar la metodología adecuada de análisis, proponer acciones concretas para la solución de ese problema de gestión y ejecutarlas durante el periodo de Práctica Supervisada. Cabe destacar en este punto que el problema puede identificarse en áreas tales como: conservación y manejo de áreas protegidas, mercadeo turístico, diseño de senderos, formulación de productos turísticos, y otros relacionados.
 - b) Formulación de un proyecto de gestión turística que motive el espíritu emprendedor: En este contexto, el (la) estudiante podrá formular un proyecto, ubicándose en el papel de emprendedor, esto es, formulará y presentará un proyecto de inversión en una empresa turística, de iniciativa propia, o realizará un plan de negocios para ese proyecto específico. En esta modalidad se autoriza un máximo de 2 estudiantes para un mismo proyecto.

BIBLIOGRAFIA:

- Alcaraz, R. (2006). El Emprendedor de éxito: guía de planes de negocio. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Anzola, S. (1996). Administración de Pequeñas Empresas. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Baca, G. (2001). Evaluación de Proyectos. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Báez, S. (1992). Descripción de puestos en Hoteles, Restaurantes y Bares. Editorial Continental.
- Bermejo, M. & De la Vega, I. (2002). Crea tu propia empresa: estrategias para su puesta en marcha y supervivencia.
- Bowman, C. (2001). Planeamiento Estratégico. La esencia de la Administración Estratégica. Prentice Hall.
- Charles, L, Adrien, M.H. & Anderson, G. (2001). Mejorando el desempeño de las organizaciones. Método de auto evaluación. San José: Editorial Tecnológica.
- Foster, D. (1994). Ventas y Mercadotecnia para el profesional en Turismo. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Foster, D. (1995). Ventas y Mercadotecnia para Hoteles, Moteles y Resorts. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Gazel, L. (2001). Material Complementario para el Curso Preparación y Evaluación de Proyectos. San José: EUNED.
- Hernández, E. (2003). Proyectos Turísticos. Formulación y Evaluación de Proyectos. Editorial Trillas.

- Hernández, C. (1998). Análisis Administrativo. Técnicas y Métodos. San José: EUNED.
- Hill, C. & Jones, G. (1996). Administración Estratégica. Un enfoque integrado. Bogotá: McGraw Hill.
- Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (1997). Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Prentice Hall.
- Lattin, G.W. (1994). Administración Moderna de Hoteles y Moteles. Editorial Trillas.
- Milio, I. (2004). Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. Madrid: Thomson.
- Pazos, E. (199). Metodología para la redacción de informes técnicos. San José: EUNED.
- Quesada, R. (2000). Elementos del Turismo. San José: EUNED.
- Robbins, S. & Coulter, M. (2000). Administración. Distrito Federal: Pearson.
- Rosales, R. (1999). Formulación y Evaluación de Proyectos. San José: ICAP.
- Sapag, N. & Sapag, R. (2000). Preparación y Evaluación de Proyectos. Santiago: McGraw Hill.
- Werther, W. & Davis, K. (1990). Administración de Personal y Recursos Humanos. Distrito Federal: McGraw Hill.

**DESCRIPTORES DE LOS CURSOS OPTATIVOS DEL ÉNFASIS EN NEGOCIOS
TURISTICOS**

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 4600
Curso:	Técnicas de Negociación
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso pretende promover el desarrollo de habilidades y destrezas en el campo de las técnicas de negociación y la toma de decisiones. Se tiene como fin que el estudiante adquiera las técnicas como una capacidad de análisis sobre los diversos componentes de las negociaciones. De igual manera se busca que utilizando dichas técnicas, en un espacio de simulación como lo es el laboratorio, pueda llegar a manejar y/o controlar por un lado, el proceso y las etapas de las negociaciones y por otro, los eventuales resultados.

En la dinámica actual del entorno turístico es indispensable que el profesional posea destrezas básicas de negociación y toma de decisiones, con el fin de que pueda enfrentar exitosamente de forma sistémica y constructiva las limitaciones internas y externas de la organización empresarial que faciliten la consecución de los objetivos trazados en el negocio turístico.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Desarrollar habilidades y destrezas en el campo de la negociación, y a la vez, señalar la valiosa función de las técnicas de negociación en las actividades empresariales y en distintos campos de la sociedad en general.

CONTENIDO

- Marco conceptual de negociación
- Teoría de la negociación
- Tipología de la negociación
- Enfoques de negociación: Distributiva-Integrativa
- Preparación de la negociación
- La comunicación en la negociación
- Propuestas de negociación
- El acuerdo
- Comportamiento del negociador
- Estrategias y tácticas de negociación
- Negociaciones profesionales y empresariales
- Liderazgo y negociación

METODOLOGÍA

Uno de los aspectos más relevantes del presente curso es la implementación de un laboratorio como espacio de simulación. Por lo tanto, la metodología del curso pretende en una primera fase, que el alumno tenga la oportunidad de revisar sus conocimientos y experiencias previas, reflexione sobre la insuficiencia vivida y genere expectativas apropiadas y se plantee el problema de aprender como una actividad internacional. En una segunda fase, la información nueva se presenta dando oportunidad para que los estudiantes la construyan conjuntamente entre sí y con el profesor, basados en experiencias reales y recientes, permitiendo al estudiante tener oportunidades para que integre, amplíe y consolide la información.

BIBLIOGRAFÍA

- Fisher, R. & Ury, W. (1994). Sí...de acuerdo ¿cómo negociar sin ceder? Bogotá: Norma, S.A.
- Fisher, R. & Ury, W. (2000). Obtenga el Sí. Bogotá: Penguin.
- Fleming, M. (1996). Aprenda a negociar con éxito. Madrid: Plaza y James.
- Kennedy, G. (1991). ¿Cómo negociar con éxito? Madrid: Deusto.
- Laurent, L. (1991). Las negociaciones profesionales y empresariales. Madrid: Deusto.
- Rosthchild, W. (1998). Las cuatro caras del liderazgo estratégico. Buenos Aires: Machi.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 4610
Curso:	Liderazgo Empresarial
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso pretende analizar la relevancia del liderazgo, factor indispensable para enfrentar los retos y oportunidades frente al nuevo milenio. Así mismo se estudia el impacto del liderazgo en el contexto de la administración del cambio. Igualmente se analizan las teorías del liderazgo, el medio ambiente individual y grupal, y la teoría de la organización en el marco de la competitividad global. Finalmente, se estudian los vínculos entre los principios del liderazgo con las responsabilidades éticas y sociales de la organización.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Propiciar que los estudiantes adquieran conocimientos y habilidades en los aspectos estratégicos del liderazgo empresarial como factor indispensable para enfrentar los retos y oportunidades frente al nuevo milenio, tomando en cuenta amenazas y oportunidades para las empresas.

CONTENIDO TEMATICO

- Marco conceptual del liderazgo
- Naturaleza, funciones y tareas del liderazgo
- Desarrollo del liderazgo
- Gerencia y liderazgo
- Liderazgo de equipos

- Liderazgo estratégico
- Liderazgo situacional
- Rasgos y ética del liderazgo
- Poder y liderazgo
- Liderazgo organizacional
- Liderazgo y resolución de crisis

METODOLOGÍA

La metodología a desarrollar estará enmarcada en los siguientes aspectos:

- Exposiciones magistrales por parte del profesor.
- Discusión dirigida de lecturas, mediante la integración de grupos en clase.
- Exposiciones por parte de los estudiantes de los temas asignados.
- Trabajo de campo en una comunidad de la región chorotega.
- Elaboración de una propuesta para una comunidad.
- Discusión dirigida de temas de actualidad.
- Análisis de estudios de caso.

Se considera indispensable que la metodología sea combinada entre la teoría y la práctica de modo que la participación del estudiante sea activa, utilizando métodos y técnicas hasta fuera de aula (actividades extra curriculares). Se considera importante el trabajo de investigación con bibliografía actualizada y con procesos de evaluación y coevaluación. Además de propuestas metodológicas por parte de los estudiantes.

El curso contemplará la programación de al menos dos giras académicas a organizaciones, vinculadas al sector turismo, que se caractericen por su liderazgo empresarial, para analizar las claves de éxito de su gestión. Así mismo, importante será la identificación de iniciativas emprendedoras, de base comunal, para comprender su naturaleza e intentar aportes a su desarrollo.

BIBLIOGRAFÍA

- Aaker, D. & Joachimsthaler, E. (2006). *Liderazgo de marca*. Deusto Barcelona, España.
- Hesselbein, F., Goldsmith, M., & Beckhard, M. (1997). *El líder del futuro*. Deusto. Barcelona, España.
- Lussier, R. & Achua, C. (2005). *Liderazgo. Teoría, aplicación y desarrollo de habilidades*. Thomson. Distrito Federal, México.
- Magliano, J.C. (1995). *Liderazgo de equipos*. Buenos Aires: Seguros.
- Phegan, B. (1998). *Desarrollo de la cultura de su empresa. Los beneficios del liderazgo*. Panorama.
- Porter, M. (2006). *Estrategia y ventaja competitiva*. Deusto. Barcelona, España.
- Rosthchild, W. (1998). *Las cuatro caras del liderazgo estratégico*. Machi. Buenos Aires, Argentina.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 4620
Curso:	Formación de Emprendedores
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, V Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

Descripción del curso:

El curso utilizará recursos teórico - prácticos para motivar e impulsar en los estudiantes, el desarrollo de la energía creativa, así como el emprendimiento de esa creatividad en acciones empresariales. Se brindará una visión de los beneficios y riesgos que conllevan la vida empresarial, promoviendo entre los estudiantes los argumentos para tomar una decisión en su desarrollo profesional. Al finalizar el curso y a nivel de cátedra se realizará una feria en la cual es obligatoria la participación de todos los grupos conformados. En este evento y con el formato de feria se expondrán los trabajos a la comunidad universitaria y al público en general.

OBJETIVO

- Impulsar en los estudiantes la creatividad y el emprendimiento de acciones empresariales

CONTENIDO

- Qué es ser emprendedor.
- Creatividad, emprendimiento e innovación: ¿porqué y para qué?
- La decisión de crear una empresa.
- Características de los empresarios, Empresas familiares, idea u ocurrencia, copiar o crear, franquicias, razones para conformar y para no conformar una empresa, evaluación de ideas innovadoras.

- Evaluación de la idea de negocios.
 - Escoger la idea, metas y plan estratégico, mercados, información básica para sustentar la decisión, Creatividad en las ideas, mejora continua de las organizaciones e ideas de negocios.

- El Plan de negocios.
 - Objetivo, Utilidad. Aspectos básicos para la Elaboración de un plan de negocios.

- 3.1 El mercado de la idea innovadora. Investigación de mercado. Distribución y punto de venta. Promoción. Fijación y políticas de precio. Plan de ventas. Riesgos y oportunidades del mercado.

- 3.2 Organización y equipo humano: Estructura organizacional. Recursos humanos, selección y desarrollo de personal. Aspectos legales para la contratación de personal, Atención de clientes.

- 3.3 Uso contable para la toma de decisiones: Activo, Pasivo y capital. Estados financieros y su uso en la toma de decisiones

- 3.4 Finanzas: Flujo de efectivo. Estados Financieros. Indicadores financieros Opciones de financiamiento: líneas de crédito revolutivas, equipamiento a través de Leasing, opciones del mercado nacional, programa de promoción de Pymes

METODOLOGIA

El curso se desarrolla bajo una modalidad de aprender haciendo. Desde esta perspectiva el facilitador dirige a los estudiantes en cada caso de estudio de manera que trasladen la teoría al desarrollo a un plan de negocios. Cada estudiante debe presentar alternativas productivas reconocidas en las giras de campo y elaborar un estudio que permita medir la viabilidad integral. El plan de negocios elaborado debe responder a las etapas básicas de un proyecto con las herramientas de viabilidad requeridas para cada etapa. Al final del curso se organiza una feria en la cual los estudiantes presenten las propuestas de emprendedurismo. En las clases se desarrollarán prácticas sobre casos exitosos de emprendedurismo.

Bibliografía:

1. Alcaraz, R. (2006). *“El Emprendedor de Éxito”*. Segunda Edición, Editorial Mc Graw Hill. México.
2. Hisrich, R. (2005). *Emprendedores*, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición. Madrid, España.
3. Kushell, J. y García, A. (2002). *Solo para emprendedores*. Editorial Norma. Colombia.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 4630
Curso:	Ambiente y Desarrollo Sostenible
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El desarrollo sostenible debe ser entendido como un círculo sobre el cual gira la frágil vida de nuestro planeta: medio ambiente y el desarrollo de los pueblos. El medio ambiente en todas sus formas de vida, animal, vegetal, es la base sobre la cual la humanidad busca no solo satisfacer sus necesidades básicas para sobrevivir sino también para desarrollarse plenamente.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

El objetivo del curso es presentar el proceso de evolución sobre las relaciones entre seres humanos y medio ambiente, a través de las teorías de desarrollo humano y el manejo de los recursos naturales, sus fallos y cómo se pueden llevar a cabo propuestas de solución en el ámbito local para fortalecer el desarrollo sostenible.

CONTENIDO

- Enfoque medioambiental: causas y viabilidad
- Conceptualización del desarrollo sostenible
- Enfoque económico del desarrollo sostenible
- Sostenibilidad biológica
- Enfoque político-social del desarrollo sostenible
- Medio ambiente y Crecimiento demográfico
- Conservación de la biodiversidad

- Seguridad alimentaria mundial
- Contaminación medioambiental
- Normativa ambiental
- Tecnología limpias
- Educación ambiental
- Panorama mundial: PNUMA

METODOLOGÍA

La metodología a desarrollar estará enmarcada en los siguientes aspectos:

- Elaboración de una investigación ambiental que evalúe la interacción entre la comunidad y su medio ambiente
- Exposiciones magistrales por parte del profesor
- Discusión dirigida de lecturas, mediante la integración de grupos en clase
- Exposiciones por parte de los estudiantes de los temas asignados
- Trabajo de campo en una comunidad de la región chorotega, para analizar e identificar su patrimonio ambiental, y promover iniciativas de educación ambiental a sus habitantes.
- Discusión dirigida de temas de actualidad
- Análisis de estudios de caso
- Deberán programarse al menos dos giras a áreas protegidas por el Sistema Nacional de Áreas de Conservación, para analizar los principios que rigen su administración.
- Se realizará investigación de campo para identificar instituciones, públicas o privadas, que desarrollan programas exitosos de responsabilidad ambiental.

BIBLIOGRAFÍA

- Enkerlin, E. (2000). *Ciencia ambiental y desarrollo sostenible*. Distrito Federal: Thomson.
- Miller, T. (2002). *Ciencia ambiental. Preservemos la Tierra*. Distrito Federal: Thomson.
- ONU. (2002). *Declaraciones de Naciones Unidas. Estocolmo, Río y Johannesburgo*.
- Quintero, H. (2002). *Ciencia, tecnología y Ambiente*. Distrito Federal: Thomson.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 4640
Curso:	Economía para Turismo
Naturaleza:	Teórico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (3 Teoría)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO:

Este curso aporta los principales conocimientos, conceptos y herramientas de la economía para que el (la) profesional en turismo posea una visión global de la actividad. El curso integra los elementos de microeconomía y de macroeconomía de tal forma que se tenga una comprensión de la realidad económica por medio de la interpretación de los indicadores relacionados con la actividad turística. Cada uno de los temas de economía deben ser contextualizados de acuerdo a dos conceptos centrales: el turismo y el desarrollo sostenible. Además, en la medida de lo posible el curso tratará de incentivar en el (la) estudiante la actitud emprendedora mediante la detección de nichos de mercados donde puedan insertarse de manera exitosa nuevos negocios.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Introducir a los (as) estudiantes en la comprensión de las herramientas de la economía y su relación con el turismo y el desarrollo sostenible.

CONTENIDO:

- Conceptos básicos de economía
- Economía y ambiente: los recursos naturales desde la perspectiva económica
- La oferta y la demanda en la dinámica del mercado turístico
- Las empresas turísticas: producción, costos y beneficios.

- Estructura de mercados: la competencia perfecta, el monopolio, oligopolios y competencia monopolística.
- Los enclaves turísticos: la interpretación económica
- Intervención del estado en los mercados
- Medición de la producción y la renta, los ciclos económicos y el desempleo
- Política económica y el turismo
- Elementos de comercio internacional y crecimiento económico: indicadores macroeconómicos y sus efecto en el turismo
- El turismo y las nuevas tecnologías y sus efectos económicos
- Aplicación al caso costarricense
- Aplicación de paquetes informáticos

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

El curso se abordará magistralmente y por medio de la participación de los estudiantes. Se tendrá trabajo en clase y la resolución de estudios de casos que ayuden a una mejor comprensión de cada una de las temáticas. Es importante también que los estudiantes realicen exposiciones de material asignado por el profesor. Se realizará una investigación de campo donde el estudiante vincule los conceptos de desarrollo sostenible, economía y turismo.

BIBLIOGRAFÍA:

- Acuña, M. & Orozco, J. (1997). *Fortaleciendo las perspectivas para el desarrollo sostenible en Costa Rica*. Heredia: WWF-CINPE.
- Acuña, M. & Orozco, J. (1999). *El sector turismo costarricense: desarrollo sostenible y responsabilidad empresarial*. En Revista Geográfica de América Central. No. 35. II semestre de 1997. Heredia: EUNA.
- Aguilar, B. (2002). *Paradigmas económicos y desarrollo sostenible. La economía al servicio de la conservación*. San José: EUNED.
- Baltodano, V.J. & Muñoz, S. (1999). *La importancia económica del turismo en Costa Rica. Reflexiones para la Región Chorotega*. En Revista Geográfica de América Central. No. 35, II Semestre de 1997. Heredia: EUNA.
- Baltodano, V.J., Picón, J.C. & Parada, M. (2006). *La microempresa y su inserción en el conglomerado empresarial turístico: el caso de Papagayo*. Cuadernos de Estudios Mesoamericanos 4. Nicoya: CEMEDE-UNA.
- Bull, A. (1994). *La economía del sector turismo*. Madrid: Alianza Editorial.
- Furst, E. & Hein, W. (2002). *Turismo de larga distancia y desarrollo regional en Costa Rica*. San José: DEI.
- Mochón, F. (2004). *Economía y Turismo*. Madrid: McGraw Hill.
- Montaner, J. (1991). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Morera, C. (2005). *Ecoturismo y desarrollo local en la Península de Osa, Costa Rica*. En Revista Geográfica de América Central. No. 39. I semestre y II Semestre de 2001. Heredia: EUNA.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 4650
Curso:	Gestión del Talento Humano
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO:

Este curso profundiza en el tema de los recursos humanos con una visión crítica sobre los temas más novedosos expuestos por los estudiosos de la materia. Se plantea una gestión de recursos humanos con una visión más humanista y donde el trabajador se convierte en el elemento más estratégico para el éxito de las organizaciones. Hoy el área de recursos humanos tiene la responsabilidad y la oportunidad para consolidar el capital humano como estrategia competitiva. . En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Dotar al estudiante de los conocimientos más actualizados en el tema de la gestión del talento humano, de manera que el estudiante estará en capacidad de aplicar técnicas y procesos que permiten el involucramiento efectivo de los trabajadores en la empresa, lo que redundará en el cumplimiento de los objetivos y el mejoramiento del desempeño organizacional

CONTENIDO TEMATICO:

- El nuevo concepto de gestión del talento humano por el de administración de recursos humanos.
- La gestión del talento humano en un ambiente dinámico y competitivo
- Planeación estratégica de recursos humanos

- Auditoría de recursos humanos
- Los procesos de recursos humanos según el nuevo enfoque de talento humano
- Planificación y desarrollo de recursos humanos
- Programas de incentivos y beneficios
- El concepto de gestión de recursos humanos por competencias
- Los desafíos de los recursos humanos hoy.
- Actividades extracurriculares

METODOLOGIA

En el presente curso se deben abordar los temas más actualizados en materia de recursos humanos, con la perspectiva de que las personas son las que otorgan una ventaja comparativa para las empresas. Por ello se debe mezclar la clase magistral, con investigaciones de casos que deben realizar los estudiantes para ser discutidos en clase. Se procura que el estudiante contraste con la práctica real llevada a cabo en las empresas costarricenses. Al final del curso el estudiante debe valorar al recurso humano como el elemento más valioso y estratégico para competir en un mundo globalizado.

Para desarrollar la práctica, los estudiantes deberán desarrollar una investigación sobre los programas de recursos humanos que desarrollan organizaciones empresariales que operan en la región, para lo cual deberán cumplir un plan de visitación, identificando los factores claves de éxito, y analizando su impacto en la estrategia competitiva empresarial.

BIBLIOGRAFIA

- Asociación Española de Dirección de Personal. (1995). La nueva gestión de los Recursos Humanos. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Chiavenato, I. (2002). Gestión del Talento Humano. Bogotá: McGraw Hill.
- Gallego, M. (2000). Gestión humana basada en competencias. Contribución efectiva al logro de los objetivos organizacionales. Bogotá: EAFITH.

**DESCRIPTORES DEL ÉNFASIS EN AGENCIAS DE VIAJES Y LÍNEAS
AÉREAS**

TABLA 17
ESTRUCTURA CURRICULAR DEL
ENFASIS EN AGENCIAS DE VIAJES Y LÍNEAS AÉREAS

III NIVEL VI CICLO		
Cod. Materia	Nombre del Curso	Créditos
	Optativo I	03
	Optativo II	03
	Diseño del Producto Turístico para las Agencias de Viajes	
	Organización y Operación de Agencias de Viajes	03
	Expresión Oral: Temas Comerciales y Turísticos	06
Total		18

IV NIVEL VII CICLO		
Cod. Materia	Nombre del Curso	Créditos
	Optativo III	03
	Optativo IV	03
	Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos	03
	Legislación para Empresas Turísticas	03
	Sistemas de Reservaciones Turísticas	03
	Líneas Aéreas	03
Total		18

IV NIVEL VIII CICLO		
Cod. Materia	Nombre del Curso	Créditos
	Práctica Profesional Supervisada	12
Total		12
Total créditos Agencias de Viajes y Líneas Aéreas		48

El estudiante podrá seleccionar los siguientes cursos optativos:

- Manejo y conducción de grupos
- Técnicas de Negociación
- Liderazgo Empresarial
- Ambiente y Desarrollo Sostenible
- Seminario de Turismo Centroamericano
- Gestión del Talento Humano
- Formación de Emprendedores

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 430
Curso:	Diseño del Producto Turístico para las Agencias de Viajes
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Mercadeo para Empresas Turísticas
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO

El curso ofrece al estudiante un enfoque global de la producción y venta de servicios turísticos que ofrecen las agencias de viajes, valorando e integrando multiproductos a nivel universal con la tecnología existente, de acuerdo a las exigencias del cliente. Así también permite al estudiante planear y diseñar paquetes turísticos y servicios relacionados, tomando en cuenta los recursos turísticos disponibles en el país y analizando la oferta y demanda turística, junto con sus posibilidades de explotación y comercialización.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

- Conocer los múltiples productos ofertados en un punto de ventas, la oferta de un destino multiproductos que se adaptan a todo tipo de público, así como los grandes destinos turísticos del mundo.
- Reconocer como la evolución tecnológica y del transporte ha contribuido a que las corrientes turísticas se transformen, mostrando destinos frecuentes por viajeros que demandan una alta calidad de servicios; valorando los modelos de fuentes de información y su interpretación.
- Conocer los trámites que se realizan el transporte turístico, diferenciando las particularidades de las terminales de pasajeros, los principales documentos

de viaje, los derechos que asisten a todo turista para poder exigirlos en su caso.

- Planear y diseñar un paquete turístico y demás servicios correspondientes.
- Reconocer y valorar el recurso turístico, tomando en cuenta las tendencias hacia las cuales se dirige el turismo, así como la conjugación de los recursos y servicios disponibles.
- Valorar las diferentes estrategias de precio y de mercadeo

CONTENIDOS

- Los servicios y productos de las agencias de viajes
- España como producto turístico. Un destino multiproductos
- Destinos turísticos Internacionales por continentes
- La oferta y demanda turística Nacional.
- El ciclo de vida de un producto.
- Las fuentes de información en las agencias de viajes
- Los recursos y servicios turísticos.
- Identificar y evaluar los recursos turísticos.
- Diversidad de actividades.
- Transportes de pasajeros, hospitalidad y servicios relacionados, atracciones, recreación, espectáculos y otros.
- Cotización de tarifas (construcción, impuestos y tasas)
- Trámites sobre viajeros en tránsito y aduanas
- Emisión de documentos acreditativos del derecho de uso de servicios turísticos y de viajes: tipos de documentos, normas de emisión – reemisión, circuito interno
- Planificación, organización, operación y control de conjuntos complejos de servicios turísticos: viajes combinados, eventos, fases y procedimientos en la creación del producto turístico y prestación del servicio
- Organizaciones en el proceso de distribución.
- Análisis del comportamiento del comprador.
- Variables que intervienen para el montaje de paquetes turísticos.
- Planificación estratégica y plan de marketing.
- Marketing operacional – producto – precio.
- Calidad y marketing interno.

METODOLOGÍA

El profesor será un facilitador, un guía para que los estudiantes sean los entes principales durante el curso, se realizarán trabajos grupales, análisis sobre tópicos del tema, trabajos de campo, se llevaran a cabo simulacros para algunas operaciones que se realizan en el diseño de productos para agencias de viajes, entre otras. Se llevarán a cabo las siguientes técnicas de instrucción:

- Discusión de lectura
- Tareas sobre tópicos relacionados con el curso
- Mesa redonda
- Estudio de casos

- Expositiva a través de presentaciones de temas de investigación asignados a los estudiantes.
- Demostrativa
- Lluvia de ideas
- Interrogatorio
- Dramatizaciones
- Visitas de estudiantes a Agencias de Viajes.

BIBLIOGRAFIA

- Altes C. (2001). *Marketing y Turismo, Gestión Turística*. Editorial Síntesis. España.
- Boullon R. (1990). *Planificación del Espacio Turístico*. Editorial Trillas. Mexico.
- Jiménez C. (2006). *Producción y Venta de Servicios Turísticos en Agencias de Viajes*. Editorial Thomson Paraninfo. España.
- Kotler P, Bowen J, y Makens J. (2005). *Marketing para Turismo*. Tercera edición. Editorial Pearson, Prentice Hall. México.
- Milió I. (2004). *Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales*. Editorial Thomson Paraninfo. España.
- Mc Intosh G, Ritchie. (1999). *Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas*. Editorial Limusa. USA.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 431
Curso:	Organización y Operación de Agencias de Viajes
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Gestión de Empresas de Agencias de Viajes
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO

Proporcionar al estudiante los lineamientos que caracterizan la gestión de una agencia de viajes como empresa turística de servicios y las relaciones que se establece con su entorno, desarrollándole la capacidad para establecer políticas de negociación con los proveedores de servicios. Permite al estudiante implementar el uso de la tecnología disponible como herramienta indispensable para una adecuada promoción, comercialización y administración de la organización.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

- Aplicar las herramientas necesarias para una adecuada gestión administrativa de una agencia de viajes.
- Evaluar la operatividad interna de una agencia de viajes, así como la elaboración de su producto y las relaciones comerciales con los diferentes proveedores de servicio.

CONTENIDOS

- Naturaleza de las agencias de viajes
- Características operacionales y organizacionales de una agencia de viajes

- Administración de Agencias de Viajes: gerencia y procesos básicos de la administración
- Aspectos financieros de operación
- Diseño de acuerdos comerciales
- Superestructura relacionada con las agencias de viajes, nacional, regional, mundial
- Prácticas de atención y servicio al cliente en una agencia de viajes

METODOLOGIA

El curso debe ser interactivo y vivencial, se requieren visitas a agencias de viajes, preferiblemente estas deben ser emisivas - mayoristas, simulacros, análisis de casos, trabajos de investigación y exposición, análisis de videos acorde con el tema, las clases deben darse en un escenario real donde el estudiante tenga la oportunidad de desarrollar sus conocimientos, así como desarrollar sus habilidades y destrezas en el arte del servicio. El estudiante debe aplicar los conocimientos adquiridos en clase mediante una práctica en una agencia de viajes.

BIBLIOGRAFIA

- Acerenza M. (2005). *Agencias de Viajes: Organización y Operación*. Editorial Trillas. Primera edición, sexta reimpresión. México.
- Quesada R. (2000). *Elementos del Turismo*. Editorial UNED. San José, Costa Rica
- De la Torre F. (1987). *Administración de Agencias de Viajes*. Editorial CECSA, Primera edición. Madrid, España.
- Rodríguez M, Muzquiz H. (1987). *Organización y Operación de Agencias de Viajes*. Editorial CECSA, primera edición. Madrid, España.
- Kohen P. (2005). *Tecnología y Gestión de Agencias de Viajes*. Ediciones Macchi. Primera edición. México.
- Kotler P, Bowen J, Makens J. (1997). *Mercadotecnia para Hotelería y Turismo*. Editorial Prince Hall. Primera edición. México.
- Koontz H, Weihrich H. *Administración una Perspectiva Global*. Editorial Mac Graw Hill, 12ª. Edición. Falta el país. México.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Facultad de Filosofía y Letras
Escuela de Literatura y Ciencias del Lenguaje
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera

Código:	LIY 435
Curso:	Expresión Oral II: Temas Comerciales y Turísticos
Naturaleza:	Práctico
Nivel:	III, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	6
Horas Semanales:	15
Horas Presenciales:	8 (2 Teoría – 6 Práctica monitoreada en empresas turísticas)
Horas Estudio Independiente	7
Horas Docente:	8
Horas de atención a estudiantes:	3
Requisitos:	Expresión Oral I: Perspectivas del Turismo

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN:

Es un curso de expresión oral que brinda al estudiante la oportunidad de desarrollar su pronunciación, estructuras gramaticales, fluidez y espontaneidad, mediante la discusión de material relacionado con temas turísticos, comerciales, económicos. Además, le permite incrementar su vocabulario general y específico a través de su uso en contexto. Se emplean funciones y estrategias de comunicación oral para desenvolverse adecuadamente en distintas situaciones de la vida real, para al final demostrar un dominio del idioma avanzado, según la escala ACFTL. También, se utiliza el laboratorio de idiomas para el desarrollo de la comprensión auditiva y complementar el conocimiento de los temas propuestos. Diversas técnicas de interacción oral se ponen en práctica, tales como mesas redondas, debates, exposiciones orales, discursos o “speech”, discusión en parejas y grupales, resolución de problemas, entre otros.

Este curso comprende la realización de una práctica monitoreada de 6 horas por semana en una empresa turística, en la cual, el estudiante podrá practicar el idioma meta en un contexto real y afín a su campo de estudio. Esta práctica se realiza durante todo el ciclo lectivo (simultáneamente con el desarrollo del curso) y es progresiva, de tal forma, que los (as) estudiantes puedan practicar y reforzar los

conocimientos y habilidades de la lengua adquiridos en el transcurso de este curso en la compañía anfitriona, Así mismo, las experiencias vividas en esta práctica, sirven para enriquecer los temas de estudio del curso. Todo lo anterior con la guía y acompañamiento del profesor a cargo. Igualmente, el estudiante deberá desarrollar una propuesta en inglés tendiente a fortalecer el servicio en la compañía turística anfitriona.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de:

8. Conversar espontánea y fluidamente haciendo uso de vocabulario apropiado al contexto.
9. Utilizar las formas lingüísticas apropiadas para expresar diversas funciones del lenguaje.
10. Expresar y defender opiniones fundamentadas y coherentes.
11. Utilizar diferentes estrategias de comunicación oral para interactuar efectivamente.
12. Fortalecer su vocabulario y conocimiento sobre temas comerciales y turísticos.
13. Desarrollar estrategias de comprensión auditiva que le permitan entender material auditivo auténtico.
14. Conversar sobre temas, ideas y situaciones diversas utilizando lenguaje idiomático.

TEMATICA

16. Efectos de la globalización.
17. El manejo del petróleo.
18. Las transnacionales y el turismo.
19. Causas y efectos de la inflación y sus repercusiones en la actividad turística.
20. El déficit comercial.
21. La deuda interna y externa de C.R.
22. Causas y efectos de la devaluación.
23. La dolarización.
24. Los distintos tratados comerciales y sus implicaciones en el desarrollo turístico.
25. Las importaciones y exportaciones.
26. El Euro y el Dólar.
27. Publicidad y propaganda comercial.
28. El consumismo.
29. Frases Idiomáticas relativas a los temas en estudio.
30. Técnicas y organización de un debate formal.

FUNCIONES

- Expresar opiniones.
- Debatir y discutir.
- Argumentar acerca de temas comerciales varios y sus implicaciones en el desarrollo turístico.
- Comparar y contrastar temas comerciales y de interés turístico.
- Brindar recomendaciones sobre los temas relacionados.

Comprensión Auditiva

- Comprensión de diálogos, conferencias, descripciones, reportes, frases idiomáticas.
- canciones, entrevistas, conversaciones, discusiones, programas de radio y televisión, anuncios comerciales, presentaciones, historias, juegos, visitas guiadas, anécdotas, debates, discursos.

METODOLOGÍA

El curso se desarrolla alrededor de una serie de temas comerciales - turísticos que proporcionan al estudiante diferentes contextos reales y oportunidades de comunicación oral. Mediante la presentación, descripción, discusión y debate, el estudiante podrá comprender y utilizar el vocabulario de acuerdo con los diferentes contextos. El curso se compone de dos partes fundamentales. En una, se presentan y discuten los temas propuestos a través de las diversas actividades comunicativas en las que los estudiantes deberán participar activamente y de forma espontánea. En esta sección se hará uso de recursos didácticos escritos así como videos, y otros materiales de audio necesarios, los cuales serán ricos en vocabulario concerniente a la actividad turística y expresiones idiomáticas generales.

En la otra parte, el estudiante deberá realizar una práctica de seis horas semanales en una empresa turística en donde el mismo desarrolle una función en la que tenga que enfrentarse a turistas y deba utilizar el idioma inglés como medio de comunicación primordial para brindar el servicio que el visitante busca. Durante esta practica, el estudiante debe desarrollar una propuesta en inglés tendiente a mejorar el servicio brindado en la compañía donde se realiza la práctica. Para ello, será guiado y monitoreado por el profesor, quien además de desarrollar el papel de facilitador, tendrá la responsabilidad de mantener una constante comunicación con la compañía turística, con el fin de monitorear el correcto desempeño y satisfacción en ambas partes. (El estudiante y la empresa).

El profesor a cargo deberá programar visitas a las empresas anfitrionas con este objetivo. Igualmente, se aprovecharán las lecciones presenciales para comentar lo acontecido en el tiempo de práctica cuando esto atañe y se considere necesario. El estudiante deberá presentar la propuesta con sus resultados al profesor y compañeros (as) de clase al finalizar el curso, así como una copia de esta propuesta a la empresa anfitriona correspondiente.

En ambas partes, los estudiantes pueden discutir criticar y hacer comentarios acerca de las diversas actividades y temáticas en forma individual, grupal, o en parejas.

Organización del tiempo del curso

Las 08 horas semanales estarán organizadas de la siguiente manera:

- 02 horas presenciales: Una vez a la semana, dos horas en el aula.
- 06 horas Practica Monitoreada: En una empresa turística de la región.

BIBLIOGRAFÍA

- Alexander, V. (1978). Take a Stand. New York: Longman.
- Bunke, D. (1992). Street Talk- 1: How to speak and Understand American Slang. Los Angeles: Optima Books.
- Broukal, M. (1994). Idioms from Everyday Use. Illinois: Textbook Company.
- Collis, H. (1996). 101 American English Idioms: Understanding and Speaking English an American. Illinois: Passport Books.
- Klippel, K. (1984). Keep talking. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nolasco, R. & Lois A. (1987). Conversation. Oxford: Oxford University Press.
- Oekenden, M. (1977). Talking Points. London:Longman.
- Porter, L. (1987). Role Play. Oxford: University Press.
- Spears, R. (1993). NTC's American Idioms Dictionary. National Textbook Company, Lincolnwood.
- Walkings, D. (1995). The idiom Advantage. Massachussets: Adisson- Wesley Publishing.
- Un, P. (1984). Discussion that work. Cambridge: University Press.
- Artículos varios de libros, revistas y periódicos. Material audiovisual variado.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:

SCC 417

Curso:

Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos

Naturaleza:

Teórico – Práctico

Nivel:

IV Nivel, VII Ciclo

Modalidad:

18 Semanas

Tipo de curso

Regular

Créditos:

3

Horas Semanales:

8

Horas Presenciales:

4 (2 Teoría – 2 Práctica)

Horas Estudio Independiente

4

Horas Docente:

4

Horas de atención a estudiantes:

1

Requisitos:

Contabilidad para Empresas Turísticas
Introducción a las Finanzas para Turismo
Mercadeo para Empresas Turísticas

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN

En la dinámica nacional e internacional actual, es indispensable que el profesional posea un amplio dominio del análisis y profundización del nuevo rol que desempeña la formulación y gestión de proyectos en turismo. La formulación de proyectos se ha convertido en una herramienta fundamental para cualquier profesional. El curso está orientado hacia el conocimiento de las técnicas para la formulación exitosa de proyectos, aplicada al campo de la administración de empresas turísticas. Por un lado, se pretende conocer el origen e importancia de los proyectos, con un énfasis particular en la orientación de necesidades formales y técnicas de los proyectos. Y por otro lado, se busca analizar las principales etapas por las que pasan los proyectos con el fin de obtener resultados exitosos.

El curso es, tanto práctico como teórico, también tratará sobre la identificación de necesidades empresariales en la Región Chorotega, con el propósito de formular proyectos turísticos dirigidos a las comunidades con cierto grado de potencialidad para ser incorporada al desarrollo socioeconómico regional. El curso introduce el marco conceptual y estructural de un estudio de factibilidad, posibilidad y viabilidad, aplicando los métodos y técnicas de investigación existentes, para identificar y formular los proyectos necesarios en la zona, dando especial énfasis a la participación local o comunitaria, así como actividades propias de la región que se deseen impulsar dentro del sector turismo alternativo, con el propósito de aprovechar oportunidades.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible,

equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad y direccionar el conocimiento hacia el énfasis definido por el estudiante.

Objetivo General

Analizar las principales técnicas y herramientas para la formulación y evaluación de proyectos que permita generar una serie de conocimientos, actitudes y aptitudes para una administración efectiva de los mismos. .

Objetivos Específicos

- Describir el marco conceptual de la formulación y evaluación de proyectos en el campo turístico
- Estudiar los procesos de promoción, negociación y financiamiento de proyectos turísticos en el campo específico de acción.
- Conocer las principales técnicas de negociación utilizadas en la administración de proyectos hoteleros.

CONTENIDO

1. Marco conceptual de la formulación y gestión de proyectos
2. Ciclo de vida de los proyectos
3. Tipología de los proyectos
4. Terminología y atributos de la administración de proyectos
5. Identificación de necesidades de proyectos
6. Objetivos y metas de los proyectos
7. Propuestas de proyectos
8. Estudio de Mercado
9. Caracterización del Proyecto
10. Localización del proyecto y estudios de suelo.
11. Identificación de fuentes de financiamiento.
12. Estructuras de perfiles de proyectos para entidades financieras, ICT, ONG, otros.
13. Estimación de costos y beneficios del proyecto.
14. Elaboración de estados de pérdidas o ganancias y flujos de efectivos.
15. Estudio técnico.
16. Estudio organizacional, tributario y legal
17. Las inversiones del proyecto.
18. Criterios de evaluación del proyecto.
19. Análisis de riesgo y sensibilidad.
20. Las herramientas informáticas en la formulación y evaluación de proyectos
21. Actividades extracurriculares

BIBLIOGRAFÍA

- Cleland, D.I. (1999). Project Management, 3rd ed., McGraw Hill, New York, USA.
- Gido J. y Clements, J. (2003) Administración Exitosa de Proyectos. Thomson editores, México.
- Hernández, A. (2003) Formulación y evaluación de proyectos. México.
- ICAP. (2002) Manual de formulación de proyectos. San José, Costa Rica.

- Sapag, Nassir y Sapag, R. (2000). Preparación y evaluación de proyectos. Chile: Editorial Mc Graw Hill. New York, U.S.A.

Código de la Carrera

Código:	SCC 416
Curso:	Legislación para Empresas Turísticas
Naturaleza:	Teórico- Práctico
Nivel:	IV nivel –VII Ciclo
Modalidad:	Ciclo de 18 semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	1
Horas de atención a estudiantes:	4
Requisitos:	Gestión de Recursos Humanos para Empresas Turísticas Seminario de Organización Comunal

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso busca desarrollar un análisis de la legislación nacional aplicado a la actividad empresarial del turismo, vinculada a la realidad política, social, económica e institucional del país y de la región. Pretende que el estudiante conozca la legislación que regula la actividad turística costarricense, y analice las instituciones y las políticas institucionales sobre esta materia.

El curso ofrece al estudiante el manejo de las principales normas jurídicas que regulan la actividad turística costarricense, desde la perspectiva laboral, comercial, tributaria, de incentivos, de ordenamiento y protección de recursos naturales. Además, pretende explorar diferentes formas en que las comunidades pueden organizarse con fines turísticos.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Analizar las normas jurídicas más importantes aplicables a la actividad empresarial turística en Costa Rica, dando énfasis al impacto de las mismas en el éxito empresarial del turismo sostenible, tomando la Región Chorotega, como caso de estudio.

CONTENIDO:

- La actividad turística como objeto de regulación jurídica: Ley de Industria Turística y Reglamentos a Empresas y Actividades Turísticas.
- Reglamento a la Ley de Licores.
- Legislación laboral y su aplicación al turismo.
- Derecho comercial aplicado al turismo en Costa Rica.
- Derecho tributario y financiero aplicado al turismo.
- La zona marítima terrestre: leyes y reglamentos.
- Ley de incentivos para el desarrollo turístico: incentivos, beneficios, el contrato turístico, prohibiciones.
- Ley orgánica del ambiente, ordenamiento territorial, áreas silvestres protegidas.
- Reglamento para empresas de hospedaje.
- Concesión de patentes y permisos.
- Ley de pesca y acuicultura.
- Reglamento para eventos internacionales.
- Temas jurídicos específicos relativos a agencias de viajes y líneas aéreas.

METODOLOGÍA

El desarrollo del curso contempla clases magistrales con lecturas previas asignadas, discusiones en clase, análisis de lecturas, atención y resolución de casos administrativos y sentencias judiciales. Se asigna un trabajo de investigación sobre un tema relacionado con el turismo que deberá exponerse en clase para su discusión y evaluación.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Legislativa (1943). Ley No. 2, Código de Trabajo. Gaceta 192, San José, CR.
- Decreto 3284, Asamblea Legislativa (1964). Código de Comercio. Gaceta 119, San José, CR.
- Decreto 6758 (1996). Ley Reguladora del Proyecto Turístico del Golfo de Papagayo. Gaceta No. 173, San José, CR.
- Decreto Ejecutivo 17757 (1987). Reglamento a la Ley de Licores. San José, CR.
- ICT. 1997. Normas que regulan las empresas y actividades turísticas. Edit. Janet. San José, CR.
- Ley Sobre la Zona Marítimo Terrestre y su Reglamento.
- Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo No. 1917 (1955). Diario oficial La Gaceta No. 175 de agosto de 1955. San José, CR.
- Ley Zona Marítimo Terrestre (1977). Gaceta No. 3, enero 1978
- Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico (1992). Diario oficial La Gaceta No. 66, abril 1992. San José, CR.
- Ley Orgánica del Ambiente.
- Quesada Renato. 2000. Elementos del Turismo. Edit. EUNED. San José, CR.
- Vargas Alex y Leiva Alvaro. 1993. Compendio de legislación Turística. Editorial IJ S.A. San José, CR.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 432
Curso:	Sistemas de Reservas Turísticas
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Organización y Operación de Agencias de Viajes
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO

Por medio de este curso el estudiante aprende a utilizar los diferentes sistemas automatizados de reservas, implementando las diferentes herramientas para el proceso de reservas y boletajes, lo cual implica reservar no solo a las líneas aéreas, sino alojamiento, líneas de cruceros, a las cadenas de rentas de automóviles, a los mayoristas de excursiones, a los seguros de viajes, líneas de ferrocarriles y autobuses, siendo esta la guía más completa, detallada y práctica de reservas por computadora.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS:

- Utilizar los principales sistemas automatizados de reservas, así como codificar y descodificar aerolíneas, ciudades, aeropuertos, equipos aéreos, cadenas de hoteles y compañías de transportación.

CONTENIDOS:

- Naturaleza de los diferentes sistemas automatizados de reservas
- Disponibilidad de servicios turísticos
- Registros de nombres de los pasajeros
- Datos complementarios

- Modificación del itinerario, cambios, reducciones y divisiones
- Presentaciones de tarifas
- Asignación de precios a los itinerarios
- Expedición de boletos y facturas
- Asignaciones de asientos
- Perfiles de los clientes
- Reservaciones de hotel, ventas, renta de automóviles, excursiones.
- Información sobre referencias
- Asignación de precio y boletaje en la fase IV

METODOLOGIA:

El profesor será un facilitador, un guía para que los estudiantes sean los entes principales durante el curso, se realizarán trabajos grupales, análisis sobre tópicos del tema, trabajos de campo, se llevaran a cabo simulacros para algunas operaciones que se realizan en las agencias de viajes a través de los sistemas automatizados de reservas, entre otras. Se llevarán a cabo las siguientes técnicas de instrucción:

- Discusión de lectura
- Tareas sobre tópicos relacionados con el curso
- Estudio de casos
- Expositiva a través de presentaciones de temas de investigación asignados a los estudiantes.
- Demostrativa
- Visitas a agencias de viajes por parte de los estudiantes.

BIBLIOGRAFIA:

- Acerenza M. (2005). *Agencias de Viajes. Organización y Operación*. Editorial Trillas, primera edición, sexta reimpresión. México.
- Foster D. (1995). *Reservas y Boletaje con SABRE*. Editorial Mc Graw Hill. México.
- Kohen P. (2005). *Tecnología y Gestión de Agencias de Viajes*. Ediciones Macchi. Madrid, España.
- Rodríguez M, Muzquiz H. (1987). *Organización y Operación de Agencias de Viajes*. Editorial CECOSA. Madrid, España.
- Rosano J. (1990). *Agencias de Viajes – Construcción de Tarifas y Boletaje*. Editorial Trillas. México.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 433
Curso:	Líneas Aéreas
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Diseño del Producto Turístico para las Agencias de Viajes

Nombre del docente:

DESCRIPCION DEL CURSO:

El curso tiene el propósito de familiarizar a los estudiantes con la dinámica, operación y funcionamiento de las líneas aéreas como soporte del turismo nacional e internacional. Esto le permite conocer y manejar las normas establecidas por las líneas aéreas, sus intermediarios y usuarios. Igualmente se estudia la composición del producto que se vende y todo lo relacionado a la gestión de construcción de tarifa y boletaje.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS:

- Estudiar la dinámica, operación y funcionamiento de las líneas aéreas y todas sus regulaciones.
- Conocer los distintos destinos y tipos de mercado relacionados con las líneas aéreas.
- Elaborar rutas turísticas, boletos y tarifas aéreas.

CONTENIDOS

- Vocabulario y códigos de aviación.
- Tipos de viajes y pasajeros.
- Escalas y conexiones.

- Tipos de tarifas, descuentos, impuestos y derechos nacionales.
- Tipos de paquetes turísticos.
- Construcción de tarifas.
- Validez de tarifas y boletos.
- Cargos por cancelación, reembolsos y revisados.
- Lectura de manuales: manual de tarifas, manuales de itinerarios, el Official Airline Guide (OAG).
- Formas contables y administrativas.
- Introducción al millaje: sistema de millaje.
- Boletos electrónicos.
- Transporte aéreo internacional (IATA).

METODOLOGIA

El curso debe ser interactivo y vivencial, se requiere práctica en una línea aérea, visitas a Agencias de Viajes, simulacros, análisis de casos, trabajos de investigación y exposición, análisis de videos acorde con el tema, las clases deben darse en un escenario real donde el estudiante tenga la oportunidad de desarrollar sus conocimientos, así como desarrollar sus habilidades y destrezas en el arte del servicio.

BIBLIOGRAFIA

- Acerenza M. (2005). *Agencias de Viajes. Organización y Operación*. Editorial Trillas, primera edición, sexta reimpresión. México.
- De la Torre F. (1987). *Administración de Agencias de Viajes*. Editorial CECOSA. Madrid, España.
- Kohen P. (2005). *Tecnología y Gestión de Agencias de Viajes*. Ediciones Macchi. Primera edición. México.
- Rosano J. (1990). *Agencias de Viajes – Construcción de Tarifas y Boletaje*. Editorial Trillas. México.
- Rodríguez M, Muzquiz H. (1987). *Organización y Operación de Agencias de Viajes*. Editorial CECOSA, primera edición. Madrid, España

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 418
Curso:	Práctica Profesional Supervisada
Naturaleza:	Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	12
Horas Semanales:	32
Horas Presenciales:	2
Horas Práctica:	28
Horas Estudio Independiente	2
Horas Docente:	8
Horas de atención a estudiantes:	2
Requisitos:	70% de los créditos de la carrera aprobados, dentro de ese porcentaje deben estar los cursos: Expresión Oral I: Perspectivas del Turismo Legislación para Empresas Turísticas Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos

Nombre del docente:

DESCRIPCION DEL CURSO:

El presente curso consiste en una práctica académica, la cual es supervisada, que busca consolidar los conocimientos técnicos y destrezas adquiridas, así como el desarrollo de actitudes y valores. Es una experiencia que realiza el (la) estudiante en el ámbito específico de aplicación de su especialidad disciplinaria o profesional, en este caso en el contexto de una agencia de viajes, y a su vez, un espacio de aprendizaje que le posibilita la proyección social, laboral, y el establecimiento de relaciones teóricas, metodológicas y técnicas con la realidad.

Todo lo cual tiene un impacto significativo en su formación integral. El curso es de naturaleza práctica. El esquema de trabajo requiere un esfuerzo profesional, disciplinado, además de una actitud creativa e innovadora, con mucha disposición al mejoramiento continuo, característica inherente al profesional con rasgos de excelencia en sus funciones, emprendedor, en permanente estudio y análisis del entorno para una mejor concepción de las oportunidades que se le presentan.

La Práctica Supervisada, como estrategia metodológica, pretende integrar los conocimientos de las áreas funcionales de una agencia de viajes o línea aérea,

mediante la incorporación del (la) estudiante a su contexto interno y a la comprensión de la naturaleza y características del entorno de estas empresas que gestionan su accionar en el sector turismo.

Los (las) estudiantes de la carrera de Gestión Empresarial del Turismo Sostenible podrán llevar a la práctica el proceso teórico recibido durante su formación académica en la universidad, obtener experiencia laboral y principalmente, transmitir su conocimiento como asesoría a este tipo de organizaciones, como un aporte del estudiante y la universidad a la sociedad.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Aplicar e integrar los conceptos teóricos, las herramientas metodológicas, técnicas y actitudes personales que se han desarrollado en el cumplimiento de la formación académica – profesional en Turismo, mediante la incorporación del (la) estudiante a una empresa, para que pueda contribuir a su formación profesional y a la transformación productiva de este tipo de organizaciones, promoviendo la búsqueda de mejores niveles de competitividad.

CONTENIDO TEMATICO:

Aplicación práctica, en una empresa turística, de los conceptos teóricos analizados en el desarrollo del plan de estudios, y que están relacionados con el proceso administrativo de este tipo de empresas que gestionan sus actividades en el sector turístico.

METODOLOGIA

En la medida de que la práctica pretende que el futuro profesional ejercite no solo sus conocimientos, sino también que genere aportes importantes a la organización receptora, puede abordarse desde dos modalidades, a saber:

- **Modalidad 1: Cumplimiento de funciones de gestión administrativa en una agencia de viajes o línea aérea:** El (la) estudiante se incorpora a la organización receptora donde cumplirá la Práctica Supervisada, y procederá a cumplir con las funciones que le encomiende la organización, en coordinación con el profesor supervisor, en el entendido que deben ser funciones que permitan aplicar los conceptos teóricos y prácticos recibidos durante su formación académica previa en la Universidad Nacional. El (la) estudiante deberá cumplir al menos 532 horas de labores en la organización.

- **Modalidad 2: Formulación y/o ejecución de un proyecto de gestión turística en una agencia de viajes establecida, o en el contexto de un esfuerzo personal emprendedor para la puesta en marcha de una agencia de viajes:** Esta modalidad de práctica se puede desarrollar, escogiendo uno de los siguientes contextos:
 - c) Formulación y ejecución de un proyecto de gestión turística y administrativa en una empresa establecida. En esta situación, el (la) estudiante formula o interviene en un proyecto de interés para la organización. El objetivo básico del proyecto es identificar un problema de gestión en la organización para comprender su naturaleza, desarrollar la metodología adecuada de análisis, proponer acciones concretas para la solución de ese problema de gestión y ejecutarlas durante el periodo de Práctica Supervisada.
 - d) El otro contexto, dentro de esta modalidad, es la formulación de un proyecto de desarrollo de una empresa, asumiendo rol de emprendedor: En esta situación, el (la) estudiante podrá formular un proyecto, ubicándose en el papel de emprendedor, esto es, presentará un proyecto de inversión, de iniciativa propia, o realizará un plan de negocios para ese. En esta modalidad se autoriza un máximo de 2 estudiantes para un mismo proyecto.

BIBLIOGRAFIA

- Acerenza, M.A. (2005). Agencias de Viajes: organización y operación. Distrito Federal: Editorial Trillas.
- Alcaraz, R. (2006). El Emprendedor de éxito: guía de planes de negocio. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Anzola, S. (1996). Administración de Pequeñas Empresas. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Baca, G. (2001). Evaluación de Proyectos. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Báez, S. (1992). Descripción de puestos en Hoteles, Restaurantes y Bares. Editorial Continental.
- Bermejo, M. & De la Vega, I. (2002). Crea tu propia empresa: estrategias para su puesta en marcha y supervivencia.
- Bowman, C. (2001). Planeamiento Estratégico. La esencia de la Administración Estratégica. Prentice Hall.
- Charles, L, Adrien, M.H. & Anderson, G. (2001). Mejorando el desempeño de las organizaciones. Método de auto evaluación. San José: Editorial Tecnológica.
- De la Torre, F. (1987). Administración de Agencias de Viajes. Editorial CECSA.
- Foster, D. (1994). Ventas y Mercadotecnia para el profesional en Turismo. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Foster, D. (1995). Ventas y Mercadotecnia para Hoteles, Moteles y Resorts. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Gazel, L. (2001). Material Complementario para el Curso Preparación y Evaluación de Proyectos. San José: EUNED.
- Hernández, E. (2003). Proyectos Turísticos. Formulación y Evaluación de Proyectos. Editorial Trillas.

- Hernández, C. (1998). Análisis Administrativo. Técnicas y Métodos. San José: EUNED.
- Hill, C. & Jones, G. (1996). Administración Estratégica. Un enfoque integrado. Bogotá: McGraw Hill.
- Jiménez, C. (2006). Producción y Venta de Servicios Turísticos en Agencias de Viajes. Madrid: Thomson.
- Kohen, P. (2005). Tecnología y Gestión de Agencias de Viajes. Ediciones Macchi.
- Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (1997). Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Prentice Hall.
- Lattin, G.W. (1994). Administración Moderna de Hoteles y Moteles. Editorial Trillas.
- Milio, I. (2004). Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. Madrid: Thomson.
- Pazos, E. (199). Metodología para la redacción de informes técnicos. San José: EUNED.
- Quesada, R. (2000). Elementos del Turismo. San José: EUNED.
- Robbins, S. & Coulter, M. (2000). Administración. Distrito Federal: Pearson.
- Rodríguez, M. & Muzquiz, H. (1987). Organización y Operación de Agencias de Viajes. Editorial CECSA.
- Rosales, R. (1999). Formulación y Evaluación de Proyectos. San José: ICAP.
- Sapag, N. & Sapag, R. (2000). Preparación y Evaluación de Proyectos. Santiago: McGraw Hill.
- Werther, W. & Davis, K. (1990). Administración de Personal y Recursos Humanos. Distrito Federal: McGraw Hill.

**DESCRIPTORES DE LOS CURSOS OPTATIVOS DEL ÉNFASIS EN AGENCIAS
DE VIAJES Y LÍNEAS AÉREAS**

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 466O
Curso:	Manejo y Conducción de Grupos
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO

El curso pretende desarrollar en los estudiantes habilidades y capacidades para el manejo y conducción de grupos de turistas, organizar itinerarios, relaciones humanas y trato adecuado con las personas, preparación y conocimientos específicos relacionados con las visitas guiadas y actividades afines. Conociendo cada acción que el guía debe desarrollar a lo largo de todo el servicio, y su interacción con las diferentes tipologías de clientes.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS:

- Asumir e interpretar la identidad profesional, o bien el conjunto de normas, valores y modos derivados de la profesión.
- Adquirir capacidades básicas imprescindibles para poder analizar las características de los grupos turísticos a los que se acompañara.
- Identificar y reconducir tipologías de clientes, roles y status en el grupo de turistas, así como las acciones de dinamización de grupos.

CONTENIDOS

- Guías de turismo naturalista: perfil, tipos, inconvenientes en su desempeño.
- Recreación al aire libre: actividades recreativas, impactos, mitigar impactos.
- Elaborar programas de interpretación, recorridos guiados.
- El guía comienza el servicio: principios comunes del guía durante un viaje.
- Guiar en el sitio.
- Planificación de un tour: elementos de un tour, manejo de grupo.
- Manejo de situaciones inesperadas.
- La búsqueda de empleo
- Identidad profesional del guía turístico
- El producto turístico: plan de negocios, evaluación
- Relación de documentos y material entre la agencia y el guía.
- Animación de grupos en entornos turísticos.
- Preparación de un circuito por parte del guía.
- El papel del guía en el transporte por carretera.
- Actuación del guía en los establecimientos de alojamiento y restauración.
- El transporte aéreo en los circuitos combinados.
- El transporte ferroviario y marítimo en viajes combinados.
- Conocimientos que complementan la actividad del guía
- Sitios de interés

METODOLOGIA

El curso debe ser interactivo y vivencial, se requiere práctica en una tour operadora, gira de verificación, simulacros, análisis de casos, trabajos de investigación y exposición, análisis de videos acorde con el tema, se le debe brindar al estudiante las facilidades para desarrollar sus conocimientos, así como desarrollar sus habilidades y destrezas en el arte del servicio.

BIBLIOGRAFIA

- Cabo M. (2004). Asistencia y Guía de Grupos. Editorial Thomson Paraninfo. España.
- Kohen P. (2005). *Tecnología y Gestión de Agencias de Viajes*. Ediciones Macchi. México
- Milio I. (2004). *Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales*. Editorial Thomson Paraninfo. España.
- Rodríguez M, Muzquiz H. (1987). *Organización y Operación de Agencias de Viajes*. Editorial CECSA. México.
- Wo Ching A, Allan R, Espinoza R. (2007). *Manejo y Conducción de Grupos de Ecoturistas*. Editorial Trillas. México.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 4600
Curso:	Técnicas de Negociación
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso pretende promover el desarrollo de habilidades y destrezas en el campo de las técnicas de negociación y la toma de decisiones. Se tiene como fin que el estudiante adquiera las técnicas como una capacidad de análisis sobre los diversos componentes de las negociaciones. De igual manera se busca que utilizando dichas técnicas, en un espacio de simulación como lo es el laboratorio, pueda llegar a manejar y/o controlar por un lado, el proceso y las etapas de las negociaciones y por otro, los eventuales resultados.

En la dinámica actual del entorno turístico es indispensable que el profesional posea destrezas básicas de negociación y toma de decisiones, con el fin de que pueda enfrentar exitosamente de forma sistémica y constructiva las limitaciones internas y externas de la organización empresarial que faciliten las consecución de los objetivos trazados en el negocio turístico.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Desarrollar habilidades y destrezas en el campo de la negociación, y a la vez, señalar la valiosa función de las técnicas de negociación en las actividades empresariales y en distintos campos de la sociedad en general.

CONTENIDO

- Marco conceptual de negociación
- Teoría de la negociación
- Tipología de la negociación
- Enfoques de negociación: Distributiva-Integrativa
- Preparación de la negociación
- La comunicación en la negociación
- Propuestas de negociación
- El acuerdo
- Comportamiento del negociador
- Estrategias y tácticas de negociación
- Negociaciones profesionales y empresariales
- Liderazgo y negociación

METODOLOGÍA

Desarrollo de componente teórico de las técnicas de negociación y de resolución de conflictos. Uno de los aspectos más relevantes del presente curso es la implementación dentro de la lección de espacios de simulación de técnicas de negociación, en la cual el estudiante debe poner en práctica los conocimientos adquiridos de la base teórica y del desarrollo de casos prácticos. Aquí es importante, por lo tanto, la construcción de casos por parte de los estudiantes.

BIBLIOGRAFÍA

- Fischer, R y Ury, W. (2000). Obtenga el Sí. PENGUIN, última edición.
- Fischer, R y Ury, W. (1994) Sí...de acuerdo. ¿Cómo negociar sin ceder? NORMA S.A. Colombia.
- Fleming, M. (1996) Aprenda a negociar con éxito. PLAZA Y JAMES. España.
- Kennedy, G. (1991) ¿Cómo negociar con éxito? DEUSTO, España.
- Laurent, L. (1991) Las negociaciones profesionales y empresariales. DEUSTO, España.
- Rosthchild, W. (1998) Las cuatro caras del liderazgo estratégico. MACHI, Argentina.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 4610
Curso:	Liderazgo Empresarial
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso pretende analizar la relevancia del liderazgo, factor indispensable para enfrentar los retos y oportunidades frente al nuevo milenio. Así mismo se estudia el impacto del liderazgo en el contexto de la administración del cambio. Igualmente se analizan las teorías del liderazgo, el medio ambiente individual y grupal, y la teoría de la organización en el marco de la competitividad global. Finalmente, se estudian los vínculos entre los principios del liderazgo con las responsabilidades éticas y sociales de la organización.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Propiciar que los estudiantes adquieran conocimientos y habilidades en los aspectos estratégicos del liderazgo empresarial como factor indispensable para enfrentar los retos y oportunidades frente al nuevo milenio, tomando en cuenta amenazas y oportunidades para las empresas.

CONTENIDO TEMATICO

- Marco conceptual del liderazgo
- Naturaleza, funciones y tareas del liderazgo
- Desarrollo del liderazgo
- Gerencia y liderazgo

- Liderazgo de equipos
- Liderazgo estratégico
- Liderazgo situacional
- Rasgos y ética del liderazgo
- Poder y liderazgo
- Liderazgo organizacional
- Liderazgo y resolución de crisis

METODOLOGÍA

La metodología a desarrollar estará enmarcada en los siguientes aspectos:

- Exposiciones magistrales por parte del profesor
- Discusión dirigida de lecturas, mediante la integración de grupos en clase
- Exposiciones por parte de los estudiantes de los temas asignados
- Trabajo de campo en una comunidad de la región chorotega
- Elaboración de una propuesta para una comunidad
- Discusión dirigida de temas de actualidad
- Análisis de casos

Se considera indispensable que la metodología sea combinada entre la teoría y la práctica de modo que la participación del estudiante sea activa, utilizando métodos y técnicas hasta fuera de aula (actividades extra curriculares). Se considera importante el trabajo de investigación con bibliografía actualizada y con procesos de evaluación y coevaluación. Además de propuestas metodológicas por parte de los estudiantes.

BIBLIOGRAFÍA

- Gardner, J. El Liderazgo. GEL, Argentina
- Hesselbein, F. (1997) El líder del Futuro. DEUSTO. España.
- Lussier, R. y Achua, C. (2005) Liderazgo. Teoría, Aplicación y Desarrollo de habilidades. THOMSON. México.
- Magliano, J. (1995) Liderazgo de equipos. SEGUROS. Sud América.
- Phegan, B. (1998) Desarrollo de la Cultura de su empresa. Los beneficios del liderazgo. PANORAMA.
- Rostchild, W. (1998) Las cuatro caras del liderazgo estratégico. MACHI, Argentina.
- Taffinder, P. (1998) Los nuevos líderes. Cómo lograr la transformación comparativa por medio del liderazgo dinámico. Editorial Mc Graw Hill. México.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 4630
Curso:	Ambiente y Desarrollo Sostenible
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El desarrollo sostenible debe ser entendido como un círculo sobre el cual gira la frágil vida de nuestro planeta: medio ambiente y el desarrollo de los pueblos. El medio ambiente en todas sus formas de vida, animal, vegetal, es la base sobre la cual la humanidad busca no solo satisfacer sus necesidades básicas para sobrevivir sino también para desarrollarse plenamente.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

El objetivo del curso es presentar el proceso de evolución sobre las relaciones entre seres humanos y medio ambiente, a través de las teorías de desarrollo humano y el manejo de los recursos naturales, sus fallos y cómo se pueden llevar a cabo propuestas de solución en el ámbito local para fortalecer el desarrollo sostenible.

CONTENIDO

- Enfoque medioambiental: causas y viabilidad
- Conceptualización del desarrollo sostenible
- Enfoque económico del desarrollo sostenible
- Sostenibilidad biológica

- Enfoque político-social del desarrollo sostenible
- Medio ambiente y Crecimiento demográfico
- Conservación de la biodiversidad
- Seguridad alimentaria mundial
- Contaminación medioambiental
- Normativa ambiental
- Tecnología limpias
- Educación ambiental
- Panorama mundial: PNUMA

METODOLOGÍA

La metodología a desarrollar estará enmarcada en los siguientes aspectos:

- Elaboración de una investigación ambiental que evalúe la interacción entre la comunidad y su medio ambiente
- Exposiciones magistrales por parte del profesor
- Discusión dirigida de lecturas, mediante la integración de grupos en clase
- Exposiciones por parte de los estudiantes de los temas asignados
- Trabajo de campo en una comunidad de la región chorotega
- Discusión dirigida de temas de actualidad
- Análisis de estudios de caso

BIBLIOGRAFÍA

- Enkerlin, E y otros. (2000) Ciencia Ambiental y Desarrollo Sostenible. THOMSON. México.
- Miller, T. (2002) Ciencia Ambiental, Preservemos las Tierra. THOMSON. México.
- ONU. Declaraciones de Naciones Unidas (2003). "Estocolmo, RIO, Rio+5, RIO+10, y Johannesburgo 2002. Organización de Naciones Unidas. New Cork, USA.
- Quintero, H y otros. (2002) Ciencia, tecnología y Ambiente. THOMSON. México.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 4670
Curso:	Seminario de Turismo Centroamericano
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Los países que conforman la región Centroamérica presentan características diferentes en cuanto a clima, vegetación, cultura, otros, que les permiten integrar recursos turísticos diferentes unos de otros y posicionar la región como un destino incomparable a nivel mundial. El curso describe el proceso histórico, cultural y social de la región centroamericana, así como sus recursos naturales, vistos desde la perspectiva de la valoración turística, de manera que la región aproveche el potencial turístico y se puedan desarrollar iniciativas empresariales integradas en el paquete de turismo centroamericano. Este curso busca dar esa visión al estudiante. En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Estudiar la diversidad turística de Centroamérica valorándola desde la perspectiva cultural, social, histórica y natural, como oportunidades de negocio potenciales que permiten integrar iniciativas empresariales en el paquete de turismo centroamericano.

CONTENIDO

- Aspectos generales de la historia centroamericana.
- Descripción geográfica, natural y cultural de la región centroamericana.
- Aspectos socioeconómicos de la región centroamericana.
- Recursos naturales y atractivos turísticos naturales de la región.

- Recursos y atractivos turísticos culturales de la región centroamericana.
- Recursos y atractivos turísticos arquitectónicos de la región centroamericana.
- Programas y proyectos, políticas y actividades de integración centroamericana en turismo.
- Descripción de los países centroamericanos: principales destinos y atractivos turísticos.
- Organizaciones empresariales centroamericanas, públicas y privadas, asociadas al turismo
- Ferias y eventos turísticos como oportunidades de negocio
- Requisitos migratorios del movimiento turístico en Centroamérica.

METODOLOGÍA

La metodología a desarrollar estará enmarcada en los siguientes aspectos:

- Investigación y visitas a empresas por parte de los estudiantes
- Presentación y discusión de casos en clase
- Presentación informe investigación para discusión en clase.

Dadas las características del curso deberá hacerse una valoración de los potenciales turísticos de los países centroamericanos, para lo cual los estudiantes deben hacer investigaciones desde la perspectiva social, cultural, histórica y natural de cada uno de los países, para ser presentados en un informe final que será discutido en clase.

BIBLIOGRAFÍA

- Doryan, E. (1999). Educación y Competitividad en Centroamérica. CLACDS,
- González, H. (1992). Centroamérica en crisis. 1ra. Edición, Heredia, Costa Rica: EUNA.
- Hernández A y Ríos M. (2006). América Central y la convención de las Naciones Unidas sobre Derecho de los Usos de los Cursos de Aguas Internacionales para fines distintos para la para la navegación. 1ra. Edición, San José, Costa Rica: CEMEDE.
- López A y otros (2004). El Plan Trifinio: Un proceso de desarrollo sustentable transfronterizo en Centroamérica. 1ra. Edición, San José, Costa Rica: CEMEDE.
- Piedra, S. (1998) Informe en el estudio sobre Microempresa Turística. Programa de Apoyo al Sector Informal de Guatemala, PROSIGUA, de la Unión Europea y el Gobierno de Guatemala.
- Rodas P. (2002) Temas claves en la integración actual de Centroamérica. Conferencia "Integrating the Americas". Red de Investigación sobre Comercio en las Americas. Washington DC. 20 y 21 de noviembre, 2002.
- Torres E. (1989) Costa Rica: crisis y desafíos. 2da edición, San José, Edit. DEI.
- Villasuso, J y Trejos, R. (1999). Comercio e Integración de las Américas. San José, CR. BID, INTAL. UCR: IICA.

Revistas:

- DISCOVER: CENTROAMÉRICA. HCP PUBLISHING, Miami, 2004.
- Tecnitur, Año XX, No. 105, ACOPROT, CR, julio 2004
- Suma. Edic. 116, Harvard Business Review, enero 2004.

Otros:

- Arqueología Doméstica en Joyas de Cerén. Patrocinado pro Patrimonio Cultural de El Salvador.1990.
- <http://cata.visitcentroamerica.com>

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 4650
Curso:	Gestión del Talento Humano
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO:

Este curso profundiza en el tema de los recursos humanos con una visión crítica sobre los temas más novedosos expuestos por los estudiosos de la materia. Se plantea una gestión de recursos humanos con una visión más humanista y donde el trabajador se convierte en el elemento más estratégico para el éxito de las organizaciones. Hoy el área de recursos humanos tiene la responsabilidad y la oportunidad para consolidar el capital humano como estrategia competitiva. . En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Dotar al estudiante de los conocimientos más actualizados en el tema de la gestión del talento humano, de manera que cuando tenga responsabilidades profesionales estará en capacidad de aplicar técnicas y procesos que permiten el involucramiento efectivo de los trabajadores en la empresa, lo que redundará en el cumplimiento de los objetivos y el mejoramiento del desempeño organizacional

CONTENIDO TEMATICO:

- El nuevo concepto de gestión del talento humano por el de administración de recursos humanos.
- La gestión del talento humano en un ambiente dinámico y competitivo
- Planeación estratégica de recursos humanos
- Auditoria de recursos humanos
- Los procesos de recursos humanos según el nuevo enfoque de talento humano
- Planificación y desarrollo de recursos humanos
- Programas de incentivos y beneficios
- El concepto de gestión de recursos humanos por competencias
- Los desafíos de los recursos humanos hoy.
- Actividades extracurriculares

METODOLOGIA

En el presente curso se deben abordar los temas más actualizados en materia de recursos humanos, con la perspectiva de que las personas son las que otorgan una ventaja comparativa para las empresas. Por ello se debe mezclar la clase magistral, con investigaciones de casos que deben realizar los estudiantes para ser discutidos en clase. Se procura que el estudiante contraste con la práctica real llevada a cabo en las empresas costarricenses. Al final del curso el estudiante debe valorar al recurso humano como el elemento más valioso y estratégico para competir en un mundo globalizado.

BIBLIOGRAFIA

- Asociación Española de Dirección de Personal (1995). *La nueva gestión de los recursos humanos*. Ediciones Gestión 2000. Barcelona, España.
- Chiavenato, A. (2002). *Gestión del Talento Humano*. Editorial McGraw-Hill. Bogotá, Colombia.
 - Gallego, M, (2000). *Gestión Humana basada en competencias: Contribución efectiva al logro de los objetivos organizacionales*. Revista Universidad EAFITH. Colombia.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 4620
Curso:	Formación de Emprendedores
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, V Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

Descripción del curso:

El curso utilizará recursos teórico - prácticos para motivar e impulsar en los estudiantes, el desarrollo de la energía creativa, así como el emprendimiento de esa creatividad en acciones empresariales. Se brindará una visión de los beneficios y riesgos que conllevan la vida empresarial, promoviendo entre los estudiantes los argumentos para tomar una decisión en su desarrollo profesional. Al finalizar el curso y a nivel de cátedra se realizará una feria en la cual es obligatoria la participación de todos los grupos conformados. En este evento y con el formato de feria se expondrán los trabajos a la comunidad universitaria y al público en general.

OBJETIVO

- Impulsar en los estudiantes la creatividad y el emprendimiento de acciones empresariales

CONTENIDO

- Qué es ser emprendedor.
- Creatividad, emprendimiento e innovación: ¿porqué y para qué?
- La decisión de crear una empresa.
- Características de los empresarios, Empresas familiares, idea u ocurrencia, copiar o crear, franquicias, razones para conformar y para no conformar una empresa, evaluación de ideas innovadoras.

- Evaluación de la idea de negocios.
 - Escoger la idea, metas y plan estratégico, mercados, información básica para sustentar la decisión, Creatividad en las ideas, mejora continua de las organizaciones e ideas de negocios.
 - El Plan de negocios.
 - Objetivo, Utilidad. Aspectos básicos para la Elaboración de un plan de negocios.
- 3.5 El mercado de la idea innovadora. Investigación de mercado. Distribución y punto de venta. Promoción. Fijación y políticas de precio. Plan de ventas. Riesgos y oportunidades del mercado.
 - 3.6 Organización y equipo humano: Estructura organizacional. Recursos humanos, selección y desarrollo de personal. Aspectos legales para la contratación de personal, Atención de clientes.
 - 3.7 Uso contable para la toma de decisiones: Activo, Pasivo y capital. Estados financieros y su uso en la toma de decisiones
 - 3.8 Finanzas: Flujo de efectivo. Estados Financieros. Indicadores financieros Opciones de financiamiento: líneas de crédito revolutivas, equipamiento a través de Leasing, opciones del mercado nacional, programa de promoción de Pymes

METODOLOGIA

El curso se desarrolla bajo una modalidad de aprender haciendo. Desde esta perspectiva el facilitador dirige a los estudiantes en cada caso de estudio de manera que trasladen la teoría al desarrollo a un plan de negocios. Cada estudiante debe presentar alternativas productivas reconocidas en las giras de campo y elaborar un estudio que permita medir la viabilidad integral. El plan de negocios elaborado debe responder a las etapas básicas de un proyecto con las herramientas de viabilidad requeridas para cada etapa. Al final del curso se organiza una feria en la cual los estudiantes presenten las propuestas de emprendedurismo. En las clases se desarrollarán prácticas sobre casos exitosos de emprendedurismo.

Bibliografía:

- Alcaraz, R. (2006). *“El Emprendedor de Éxito”*. Segunda Edición, Editorial Mc Graw Hill. México.
- Hisrich, R. (2005). *Emprendedores*, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición. Madrid, España.
- Kushell, J. y García, A. (2002). *Solo para emprendedores*. Editorial Norma. Colombia.

DESCRIPTORES DEL ÉNFASIS EN HOTELERIA

TABLA 18
ESTRUCTURA CURRICULAR DEL ENFASIS EN HOTELERIA

III NIVEL VI CICLO		
Cod. Materia	Nombre Del Curso	Créditos
	Optativo I	03
	Optativo II	03
	Gerencia de Hoteles: División Cuartos	03
	Mercadeo y Ventas en Empresas Hoteleras	03
	Expresión Oral: temas comerciales y turísticos	06
Total		18

IV NIVEL VII CICLO		
Cod. Materia	Nombre Del Curso	Créditos
	Optativo III	03
	Optativo IV	03
	Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos	03
	Gerencia de Hoteles: División Gastronomía	03
	Control de Costos en Empresas Hoteleras	03
	Legislación para Empresas Turísticas	03
Total		18

IV NIVEL VIII CICLO		
Cod. Materia	Nombre Del Curso	Créditos
	Práctica Profesional Supervisada	12
Total		12
TOTAL GENERAL		48

En este énfasis los estudiantes pueden acceder a los siguientes optativos:

- **Ama de Llaves**
- **El arte del Vino y sus Combinaciones**
- **Etiqueta en la Mesa**
- **Coctelería y Decoración**
- **Cocina Creativa**
- **Seminario de Turismo Centroamericano**
- **Ambiente y Desarrollo Sostenible**

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 440
Curso:	Gerencia de Hoteles – División Cuartos
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2: Práctica y práctica monitoreada en hoteles)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Gestión de Recursos Humanos para Empresas Turísticas
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO:

El curso está orientado al enfoque del hotel como mecanismo esencial de un sistema de servicio a disposición de la actividad turística, se brindan las bases para que se pueda realizar una adecuada función administrativa especializada de alto nivel, donde se destacan actividades gerenciales tales como la seguridad y el mantenimiento orientado a minimizar y mantener bajo control a las circunstancias causantes de accidentes. Se muestra el papel protagonista de la gerencia, como órgano planificador y de prevención, siendo el punto clave para que la organización hotelera retome la seguridad y mantenimiento como factores dinámicos que contribuyan a mantener la imagen del establecimiento, la seguridad, la confianza del usuario y la rentabilidad del sistema.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

METODOLOGÍA:

El curso se debe ser interactivo y vivencial, se debe orientar de la teoría a la práctica identificando cada una de las funciones administrativas y operativas hoteleras, para tal efecto se deben realizar prácticas en hoteles de cuatro a cinco estrellas en los diferentes departamentos, donde el profesor proveerá una guía de trabajo, así como en el departamento administrativo, las clases deben ser dinámicas, se realizarán

dramatizaciones, análisis en grupos sobre tópicos relacionados con el tema, los estudiantes deben realizar investigación en el campo de acción, exposiciones orales, se deben analizar videos acordes con el tema de hotelería, análisis de casos, gira técnica, entre otros que favorezcan la retroalimentación del curso. Es importante que el o la docente introduzca algunas pequeñas lecturas en inglés atinente a la temática e incentive el uso de herramientas tecnológicas.

OBJETIVOS:

1. Determinar la organización de las operaciones hoteleras dentro del contexto gerencial, tomando en cuenta las principales funciones administrativas para su ejecución.
2. Valorar la gestión operativa de cada uno de los departamentos que componen una empresa hotelera de alta categoría y de diferentes tipologías.
3. Integrar la seguridad y el mantenimiento como factores claves de una administración excelente.
4. Desarrollar estrategias internas con el fin de lograr la fidelidad de los clientes.

CONTENIDOS:

- La hotelería como sistema organizado
- La función hotelera, la administración y el sistema hotelero
- Sistemas de seguridad en la administración hotelera, rol de la gerencia en la seguridad y mantenimiento hotelero
- Gerencia y Calidad
- Medidas de seguridad aplicadas a la administración hotelera
- Sistema de mantenimiento en la administración hotelera
 - Estudios de los Departamentos de Reservas, Botones, Recepción, Teléfonos, Amas de Llaveros, Lavandería, Mantenimiento, Mercadeo, Animación, Guest Services
 - Departamento de Administración y Contabilidad
 - Departamento de Compras y Almacén
 - Departamento de Seguridad
 - Como conseguir que los clientes repitan en la hostelería
 - Comercialización Hotelera
 - Dirección Hotelera
 - Casos Prácticos

BIBLIOGRAFIA:

- Báez S. (1992) Hotelería. Editorial Trillas. México
- Báez S. (1992) Descripción de Puestos en Hoteles, Restaurantes y Bares. Biosca, D. (2002). Como Conseguir que los Clientes Repitan en la Hotelería. Editorial Limusa. México.
- Compañía Editorial Continental, S.A de C.V. México.

- De la Torre, F (1989) Administración Hotelera. Primer Curso: División De Cuartos. Editorial Trillas. México.
- Foster, D. (1994). Ventas Y Mercadotecnia Para Hoteles, Moteles Y Resorts. Editorial Mc Graw –Hill. México.
- Foster, D. (1993). Ventas Y Mercadotecnia Para el Profesional en Turismo. Editorial Mc Graw –Hill. México.
- Instituto Costarricense de Turismo (2002). Normas Que Regulan Las Empresas Y Actividades Turísticas. Instituto Costarricense de Turismo. San José, Costa Rica.
- Lattin W. (1994) Administración Moderna De Hoteles Y Moteles. Editorial Trillas. México.
- Mestres, J. (1999). Técnicas de Gestión Y Dirección Hotelera. Editorial Gestión 2000. España.
- Milió I. (2000). Organización Y Control Del Alojamiento. Editorial Paraninfo, Thomson Learning. España.
- Ramos, F. y Barrera, M. (2006). Operación de Hoteles I – División de Cuartos. Editorial Trillas. México.
- Ramírez, C. (1990). Hoteles, Gerencia, Seguridad Y Mantenimiento. Editorial Trillas. México.
- Sectur (1994).Manual De Administración Hotelera. Editorial Limusa. México.
- Sectur (1994). Manual De Operaciones Hoteleras. Editorial Limusa. México.
- Sectur (1994). Manual Del Puesto De Sistema De Información En Mercadotecnia. Editorial Limusa. México.
- Sectur (1994). Manual Del Puesto De Ama De Llaves. Editorial Limusa. México.
- Sectur (1994). Manual Del Puesto De Cajero De Recepción. Editorial Limusa. México.
- Sectur (1994). Manual Del Puesto De Encargado De Reservaciones. Editorial Limusa. México.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 441
Curso:	Mercadeo y Ventas en Empresas Hoteleras
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Mercadeo para Empresas Turísticas
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO:

El curso trata de introducir al estudiante en la comprensión de los principales elementos de la mercadotecnia en la industria hotelera y del hospedaje. Enfatiza en la venta como elemento central considerándose esta desde antes de prestarse el servicios hasta las labores de seguimiento o postventa. Durante el curso el estudiante deberá diseñar un plan de venta que como parte de su práctica que integre los conocimientos adquiridos.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

1. Conocer la forma como se aplica la mezcla básica de la mercadotecnia a la industria hotelera.
2. Aplicar cada uno de las fases que se llevan a cabo en el proceso de venta en la industria hotelera y del hospedaje.
3. Estudiar los principales requerimientos que debe tener un asesor exitoso de ventas de la industria de la hospitalidad.

CONTENIDOS:

- La mercadotecnia del hotel
- La función y responsabilidades del Departamento de Mercadeo y Ventas en un hotel

- Perfil del asesor de ventas en hotelería: factores actitudinales, habilidades y conocimientos requeridos, uso de herramientas tecnológicas, manejo de idiomas.
- Mercadotecnia enfocada a organizaciones
- La mezcla básica de mercadotecnia aplicada a la industria hotelera
- La dinámica del Mercado Actual: Mercado selectivo, Mercadeo de Tangibles Vs Intangibles; marketing uno a uno y marketing relacional
- Mercadeo directo, clientización y personalización.
- La preventa
- Análisis y conocimientos de los servicios de hotelería
- Análisis y conocimiento de la competencia
- Conocimiento y análisis de las condiciones del mercado hotelero
- Tipología de clientes y usuarios
- La venta: abordaje, presentación personal, presentación del hotel y sus servicios, la persuasión y la negociación, cierre de la venta.
- La posventa: seguimiento, referencia de nuevos clientes, retención, fidelización y potenciación de la relación con los clientes.

METODOLOGIA

Este curso se abordará de diferentes maneras. Habrá clases magistrales que abordan los temas teóricos pero también se propicia un espacio altamente participativo e interactivo a partir de técnicas como trabajos grupales, videos foros, análisis de casos, simulación gerencial, entre otros.

El estudiante deberá elaborar un plan de ventas que integre la preventa, la venta y la posventa, más todos aquellos elementos que conduzcan al éxito del mismo y de la organización.

BIBLIOGRAFIA:

- Altes C. (2001). Marketing Y Turismo. Editorial Síntesis. Colombia.
- Foster D. (1994). Ventas Y Mercadotecnia Para El Profesional Del Turismo. Editorial Mc Graw Hill. México.
- Foster, D. (1995). Ventas y Mercadotecnia para hoteles, Moteles y Resorts. Editorial McGraw Hill. México
- George E, Belch & Michael A, Belch. (2004). Publicidad Y Promoción, Perspectivas de la comunicación de marketing integral. Editorial Mc Graw Hill. México.
- Kotler y otros (1997). Mercadotecnia para hotelería y Turismo. Editorial Prenticce Hall. México.
- Michaelson A. Michaelson S, (2004). Estrategias De Marketing. Editorial Mc Graw Hill. México

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Facultad de Filosofía y Letras
Escuela de Literatura y Ciencias del Lenguaje
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera

Código:	LIY 435
Curso:	Expresión Oral II: Temas Comerciales y Turísticos
Naturaleza:	Práctico
Nivel:	III, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	6
Horas Semanales:	15
Horas Presenciales:	8 (2 Teoría – 6 Práctica monitoreada en empresas turísticas)
Horas Estudio Independiente	7
Horas Docente:	8
Horas de atención a estudiantes:	3
Requisitos:	Expresión Oral I: Perspectivas del Turismo

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN:

Es un curso de expresión oral que brinda al estudiante la oportunidad de desarrollar su pronunciación, estructuras gramaticales, fluidez y espontaneidad, mediante la discusión de material relacionado con temas turísticos, comerciales, económicos. Además, le permite incrementar su vocabulario general y específico a través de su uso en contexto. Se emplean funciones y estrategias de comunicación oral para desenvolverse adecuadamente en distintas situaciones de la vida real, para al final demostrar un dominio del idioma avanzado, según la escala ACFTL. También, se utiliza el laboratorio de idiomas para el desarrollo de la comprensión auditiva y complementar el conocimiento de los temas propuestos. Diversas técnicas de interacción oral se ponen en práctica, tales como mesas redondas, debates, exposiciones orales, discursos o “speech”, discusión en parejas y grupales, resolución de problemas, entre otros.

Este curso comprende la realización de una práctica monitoreada de 6 horas por semana en una empresa turística, en la cual, el estudiante podrá practicar el idioma meta en un contexto real y afín a su campo de estudio. Esta práctica se realiza durante todo el ciclo lectivo (simultáneamente con el desarrollo del curso) y es progresiva, de tal forma, que los (as) estudiantes puedan practicar y reforzar los

conocimientos y habilidades de la lengua adquiridos en el transcurso de este curso en la compañía anfitriona, Así mismo, las experiencias vividas en esta práctica, sirven para enriquecer los temas de estudio del curso. Todo lo anterior con la guía y acompañamiento del profesor a cargo. Igualmente, el estudiante deberá desarrollar una propuesta en inglés tendiente a fortalecer el servicio en la compañía turística anfitriona.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de:

15. Conversar espontánea y fluidamente haciendo uso de vocabulario apropiado al contexto.
16. Utilizar las formas lingüísticas apropiadas para expresar diversas funciones del lenguaje.
17. Expresar y defender opiniones fundamentadas y coherentes.
18. Utilizar diferentes estrategias de comunicación oral para interactuar efectivamente.
19. Fortalecer su vocabulario y conocimiento sobre temas comerciales y turísticos.
20. Desarrollar estrategias de comprensión auditiva que le permitan entender material auditivo auténtico.
21. Conversar sobre temas, ideas y situaciones diversas utilizando lenguaje idiomático.

TEMATICA

31. Efectos de la globalización.
32. El manejo del petróleo.
33. Las transnacionales y el turismo.
34. Causas y efectos de la inflación y sus repercusiones en la actividad turística.
35. El déficit comercial.
36. La deuda interna y externa de C.R.
37. Causas y efectos de la devaluación.
38. La dolarización.
39. Los distintos tratados comerciales y sus implicaciones en el desarrollo turístico.
40. Las importaciones y exportaciones.
41. El Euro y el Dólar.
42. Publicidad y propaganda comercial.
43. El consumismo.
44. Frases Idiomáticas relativas a los temas en estudio.
45. Técnicas y organización de un debate formal.

FUNCIONES

- Expresar opiniones.
- Debatir y discutir.
- Argumentar acerca de temas comerciales varios y sus implicaciones en el desarrollo turístico.
- Comparar y contrastar temas comerciales y de interés turístico.
- Brindar recomendaciones sobre los temas relacionados.

Comprensión Auditiva

- Comprensión de diálogos, conferencias, descripciones, reportes, frases idiomáticas.
- canciones, entrevistas, conversaciones, discusiones, programas de radio y televisión, anuncios comerciales, presentaciones, historias, juegos, visitas guiadas, anécdotas, debates, discursos.

METODOLOGÍA

El curso se desarrolla alrededor de una serie de temas comerciales - turísticos que proporcionan al estudiante diferentes contextos reales y oportunidades de comunicación oral. Mediante la presentación, descripción, discusión y debate, el estudiante podrá comprender y utilizar el vocabulario de acuerdo con los diferentes contextos. El curso se compone de dos partes fundamentales. En una, se presentan y discuten los temas propuestos a través de las diversas actividades comunicativas en las que los estudiantes deberán participar activamente y de forma espontánea. En esta sección se hará uso de recursos didácticos escritos así como videos, y otros materiales de audio necesarios, los cuales serán ricos en vocabulario concerniente a la actividad turística y expresiones idiomáticas generales.

En la otra parte, el estudiante deberá realizar una práctica de seis horas semanales en una empresa turística en donde el mismo desarrolle una función en la que tenga que enfrentarse a turistas y deba utilizar el idioma inglés como medio de comunicación primordial para brindar el servicio que el visitante busca. Durante esta practica, el estudiante debe desarrollar una propuesta en inglés tendiente a mejorar el servicio brindado en la compañía donde se realiza la práctica. Para ello, será guiado y monitoreado por el profesor, quien además de desarrollar el papel de facilitador, tendrá la responsabilidad de mantener una constante comunicación con la compañía turística, con el fin de monitorear el correcto desempeño y satisfacción en ambas partes. (El estudiante y la empresa).

El profesor a cargo deberá programar visitas a las empresas anfitrionas con este objetivo. Igualmente, se aprovecharán las lecciones presenciales para comentar lo acontecido en el tiempo de práctica cuando esto atañe y se considere necesario. El estudiante deberá presentar la propuesta con sus resultados al profesor y compañeros (as) de clase al finalizar el curso, así como una copia de esta propuesta a la empresa anfitriona correspondiente.

En ambas partes, los estudiantes pueden discutir criticar y hacer comentarios acerca de las diversas actividades y temáticas en forma individual, grupal, o en parejas.

Organización del tiempo del curso

Las 08 horas semanales estarán organizadas de la siguiente manera:

- 2 horas presenciales: Una vez a la semana, dos horas en el aula.
- 06 horas Practica Monitoreada: En una empresa turística de la región.

BIBLIOGRAFÍA

- Alexander, V. (1978). Take a Stand. New York: Longman.
- Bunke, D. (1992). Street Talk- 1: How to speak and Understand American Slang. Los Angeles: Optima Books.
- Broukal, M. (1994). Idioms from Everyday Use. Illinois: Textbook Company.
- Collis, H. (1996). 101 American English Idioms: Understanding and Speaking English an American. Illinois: Passport Books.
- Klippel, K. (1984). Keep talking. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nolasco, R. & Lois A. (1987). Conversation. Oxford: Oxford University Press.
- Oekenden, M. (1977). Talking Points. London:Longman.
- Porter, L. (1987). Role Play. Oxford: University Press.
- Spears, R. (1993). NTC's American Idioms Dictionary. National Textbook Company, Lincolnwood.
- Walkings, D. (1995). The idiom Advantage. Massachussets: Adisson- Wesley Publishing.
- Un, P. (1984). Discussion that work. Cambridge: University Press.
- Artículos varios de libros, revistas y periódicos. Material audiovisual variado.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:

SCC 417

Curso:

Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos

Naturaleza:

Teórico – Práctico

Nivel:

IV Nivel, VII Ciclo

Modalidad:

18 Semanas

Tipo de curso

Regular

Créditos:

3

Horas Semanales:

8

Horas Presenciales:

4 (2 Teoría – 2 Práctica)

Horas Estudio Independiente

4

Horas Docente:

4

Horas de atención a estudiantes:

1

Requisitos:

Contabilidad para Empresas Turísticas
Introducción a las Finanzas para Turismo
Mercadeo para Empresas Turísticas

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN

En la dinámica nacional e internacional actual, es indispensable que el profesional posea un amplio dominio del análisis y profundización del nuevo rol que desempeña la formulación y gestión de proyectos con énfasis en hotelería. La formulación de proyectos se ha convertido en una herramienta fundamental para cualquier profesional. El curso está orientado hacia el conocimiento de las técnicas para la formulación exitosa proyectos, aplicada al campo de las empresas turísticas. Por un lado, se pretende conocer el origen e importancia de los proyectos, con un énfasis particular en la orientación de necesidades formales y técnicas de los proyectos. Y por otro lado, se busca analizar las principales etapas por las que pasan los proyectos con el fin de obtener resultados exitosos.

El curso es, tanto práctico como teórico, también tratará sobre la identificación de necesidades empresariales en la Región Chorotega, con el propósito de formular proyectos turísticos dirigidos a las comunidades con cierto grado de potencialidad para ser incorporada al desarrollo socioeconómico regional. El curso introduce el marco conceptual y estructural de un estudio de factibilidad, posibilidad y viabilidad, aplicando los métodos y técnicas de investigación existentes, para identificar y formular los proyectos necesarios en la zona, dando especial énfasis a la participación local o comunitaria, así como actividades propias de la región que se deseen impulsar dentro del sector turismo alternativo, con el propósito de aprovechar oportunidades.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible,

equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad y direccionar el conocimiento hacia el énfasis definido por el estudiante.

Objetivo General

Analizar las principales técnicas y herramientas para la formulación y evaluación de proyectos que permita generar una serie de conocimientos, actitudes y aptitudes para una administración efectiva de los mismos. .

Objetivos Específicos

- Describir el marco conceptual de la formulación y evaluación de proyectos en el campo turístico
- Estudiar los procesos de promoción, negociación y financiamiento de proyectos turísticos en el campo específico de acción.
- Conocer las principales técnicas de negociación utilizadas en la administración de proyectos hoteleros.

CONTENIDO

1. Marco conceptual de la formulación y gestión de proyectos
2. Ciclo de vida de los proyectos
3. Tipología de los proyectos
4. Terminología y atributos de la administración de proyectos
5. Identificación de necesidades de proyectos
6. Objetivos y metas de los proyectos
7. Propuestas de proyectos
8. Estudio de Mercado
9. Caracterización del Proyecto
10. Localización del proyecto y estudios de suelo.
11. Identificación de fuentes de financiamiento.
12. Estructuras de perfiles de proyectos para entidades financieras, ICT, ONG, otros.
13. Estimación de costos y beneficios del proyecto.
14. Elaboración de estados de pérdidas o ganancias y flujos de efectivos.
15. Estudio técnico.
16. Estudio organizacional, tributario y legal
17. Las inversiones del proyecto.
18. Criterios de evaluación del proyecto.
19. Análisis de riesgo y sensibilidad.
20. Las herramientas informáticas en la formulación y evaluación de proyectos
21. Actividades extracurriculares

BIBLIOGRAFÍA

- Cleland, D.I. (1999). Project Management, 3rd ed., McGraw Hill, New York, USA.
- Gido J. y Clements, J. (2003) Administración Exitosa de Proyectos. Thomson editores, México.
- Hernández, A. (2003) Formulación y evaluación de proyectos. México.
- ICAP. (2002) Manual de formulación de proyectos. San José, Costa Rica.

- Sapag, Nassir y Sapag, R. (2000). Preparación y evaluación de proyectos. Chile: Editorial Mc Graw Hill. New York, U.S.A.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 442
Curso:	Gerencia de Hoteles – División Gastronomía
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2: práctica y práctica monitoreada en hoteles)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Gerencia de Hoteles: División Cuartos
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO:

A través del curso se pretende que el estudiante diseñe, establezca y administre un restaurante o empresa afín, siendo capaz de visualizar la empresa gastronómica como una oportunidad empresarial. Analizará el concepto mercantil para establecer una nueva empresa, donde conjuga el papel de empresario y anfitrión.

Se analiza la viabilidad del negocio considerando un desarrollo de un restaurante mediano, tendrá la oportunidad de aplicar el proceso administrativo para la toma de decisiones, con el fin de contar con un negocio rentable.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS:

1. Brindar las herramientas básicas para establecer un plan de negocio, tomando en cuenta la factibilidad, el plan financiero, aspectos técnicos y prácticos para la implementación de una empresa gastronómica.
2. Determinar los procesos administrativos para operar una empresa gastronómica.
3. Identificar las diferentes clasificaciones de empresas gastronómicas, tipos de servicios, personal de servicio, montaje de mesa, atención al cliente, entre otras propias de la actividad hotelera.
4. Diseñar y estructurar menús, tomando en cuenta calidad, agilidad y exactitud.

CONTENIDOS:

- El propietario de restaurante como empresario y como anfitrión
- La restaurantería
- Tipos de restaurante y estructura del negocio
- "Mise en place" en el comedor
- La ubicación de un restaurante
- Diseño y Remodelación
- Equipo y Mobiliario
- Los Empleados, actividades del personal
- El Menú
- El Arte del Servicio
- Bares y Tabernas, bodega y cámara fría
- Guía para el entrenamiento del personal de servicio
- Fundamentos para la administración del restaurante
- Elementos financieros importantes a la hora de implementar una empresa gastronómica
- La cocina
- Diseño de políticas operativas
- Proveedores

METODOLOGÍA:

El curso debe ser interactivo y vivencial, se requiere práctica en el departamento de alimentos y bebidas en hoteles de alta categoría, gira de verificación, simulacros, análisis de casos, trabajos de investigación y exposición, análisis de videos acorde con el tema, las clases deben darse en un escenario real donde el estudiante tenga la oportunidad de desarrollar sus conocimientos, así como desarrollar sus habilidades y destrezas en el arte del servicio. Se introducirá algunas lecturas en inglés por lo que el estudiante debe tener una actitud positiva hacia el idioma.

BIBLIOGRAFIA:

- Bermúdez, M. (1995). El Hotelero, Como ser el Mejor Anfitrión. Editorial Mac Graw Hill. México.
- Bolaños , M^a. (1999) El Menú, Diseño y Estructuración de menús para servicios de alimentos. Editorial Costa Rica. San José, Costa Rica.
- Cerra, J. (1999). Curso De Servicios Hoteleros, Gestión de bebidas, Composición del Menú y la Carta, Coctelería y Bar. Editorial Paraninfo. España.
- Cooper, F, B y McNeill, G. (2002). Como iniciar y administrar un restaurante. Editorial Norma. Colombia Durón C. (1993). El Restaurante Como Empresa. Editorial Trillas. México.
- De la Torre, F. Administración Hotelera, Segundo curso: Alimentos y Bebidas. Editorial Trillas. México.
- Hartjen. (2002). El Manejo De Restaurante, Guía Para Gerentes Y Propietarios. Editorial Limusa. México.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 443
Curso:	Control de Costos en Empresas Hoteleras
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Mercadeo y Ventas en Empresas Hoteleras
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO:

El estudiante estará en la capacidad de determinar el costo y gasto que se genera dentro de una empresa hotelera, desde el momento que se registra el huésped hasta el momento de su salida. Dentro del curso se analizará el costo real de los servicios, los gastos operativos de administración y venta, los márgenes de utilidad real y los presupuestos, enfatizando en la organización, implantación, manejo y control de la contabilidad de costos hoteleros y de restaurantes. Es importante que se realice práctica en un Departamento de Contabilidad de un Hotel, o bien en un Departamento de Alimentos y Bebidas o restaurantes.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS:

1. Determinar cuánto se debe invertir para producir un artículo o prestar un servicio para fijar el precio de venta.
2. Aprender a presupuestar cada producto o servicio desde su producción hasta la rentabilidad a obtener, tomando como referencia factores internos y externos de la empresa.
3. Comprender la clasificación de los costos y los diferentes sistemas para la determinación de estos.

4. Estudiar la contabilidad de costos como elemento fundamental en las empresas hoteleras y de restauración.

CONTENIDOS:

- Teoría de costos y gastos
- Presupuestos para hoteles y restaurantes
- Punto de Equilibrio
- Elementos del Costo y gastos, clasificación de los costos y Sistemas de Costeo
- Distribución de los Costos y gastos Hoteleros y restaurantes, Contabilización de los Costos
- Taller de Costos y gastos Hoteleros y de restauración
- Plan único de cuentas para hoteles, restaurantes y similares
- Recetas Estándar de comidas y bebidas, Inventarios y su incidencia en los costos
- Conciliación y control de Costos en los Restaurantes y Hoteles
- Temas Selectos de Costos
- Casos Prácticos
- Uso de paquetes informáticos
- Actividades extracurriculares

METODOLOGIA:

El curso debe conducirse a realizar prácticas de establecer costos, gastos, márgenes de utilidad, entre otros contenidos del tema en la construcción de precio de venta de un producto hotelero y dentro del área de alimentos y bebidas, por lo que deben realizar trabajos de grupos guiados por el profesor, trabajos de investigación directamente en las empresas hoteleras, y práctica en el departamento de contabilidad de un hotel.

Es importante que el o la docente introduzca algunas pequeñas lecturas en inglés atinente a la temática e incentive el uso de herramientas tecnológicas.

BIBLIOGRAFIA:

- Cuevas (2002). Control De Costos Y Gastos En Los Restaurantes. Editorial Limusa. México.
- Hartjen (2000). El Manejo De Restaurantes. Editorial Limusa. México.
- Rodríguez R. (2002). Costos Aplicados A Hoteles Y Restaurantes. Editorial Ecoediciones. Colombia.
- Salas A. (1993). Contabilidad Y Finanzas De Hoteles. Ediciones 2000, S.A. Madrid, España.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial en Turismo Sostenible.

Código de la Carrera

Código:	SCC 416
Curso:	Legislación para Empresas Turísticas
Naturaleza:	Teórico- Práctico
Nivel:	IV nivel –VII Ciclo
Modalidad:	Ciclo de 18 semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (3 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Gestión de Recursos Humanos para Empresas Turísticas Seminario de Organización Comunal

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso busca desarrollar un análisis de la legislación nacional aplicado a la actividad empresarial del turismo, vinculada a la realidad política, social, económica e institucional del país y de la región. Pretende que el estudiante conozca la legislación que regula la actividad turística costarricense, y analice las instituciones y las políticas institucionales sobre esta materia.

El curso ofrece al estudiante el manejo de las principales normas jurídicas que regulan la actividad turística costarricense, desde la perspectiva laboral, comercial, tributaria, de incentivos, de ordenamiento y protección de recursos naturales. Además, pretende explorar diferentes formas en que las comunidades pueden organizarse con fines turísticos.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Analizar las normas jurídicas más importantes aplicables a la actividad empresarial turística en Costa Rica, dando énfasis al impacto de las mismas en el éxito

empresarial del turismo sostenible, tomando la Región Chorotega, como caso de estudio.

CONTENIDO:

- La actividad turística como objeto de regulación jurídica: Ley de Industria Turística y Reglamentos a Empresas y Actividades Turísticas.
- Reglamento a la Ley de Licores.
- Legislación laboral y su aplicación al turismo.
- Derecho comercial aplicado al turismo en Costa Rica.
- Derecho tributario y financiero aplicado al turismo.
- La zona marítima terrestre: leyes y reglamentos.
- Ley de incentivos para el desarrollo turístico: incentivos, beneficios, el contrato turístico, prohibiciones.
- Ley orgánica del ambiente, ordenamiento territorial, áreas silvestres protegidas.
- Reglamento para empresas de hospedaje.
- Concesión de patentes y permisos.
- Ley de pesca y acuicultura.
- Reglamento para eventos internacionales.
- Temas jurídicos específicos relativos a la hotelería y gastronomía

METODOLOGÍA

El desarrollo del curso contempla clases magistrales con lecturas previas asignadas, discusiones en clase, análisis de lecturas, atención y resolución de casos administrativos y sentencias judiciales. Se asigna un trabajo de investigación sobre un tema relacionado con el turismo que deberá exponerse en clase para su discusión y evaluación.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Legislativa (1943). Ley No. 2, Código de Trabajo. Gaceta 192, San José, CR.
- Decreto 3284, Asamblea Legislativa (1964). Código de Comercio. Gaceta 119, San José, CR.
- Decreto 6758 (1996). Ley Reguladora del Proyecto Turístico del Golfo de Papagayo. Gaceta No. 173, San José, CR.
- Decreto Ejecutivo 17757 (1987). Reglamento a la Ley de Licores. San José, CR.
- ICT. 1997. Normas que regulan las empresas y actividades turísticas. Edit. Janet. San José, CR.
- Ley Sobre la Zona Marítimo Terrestre y su Reglamento.
- Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo No. 1917 (1955). Diario oficial La Gaceta No. 175 de agosto de 1955. San José, CR.
- Ley Zona Marítimo Terrestre (1977). Gaceta No. 3, enero 1978
- Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico (1992). Diario oficial La Gaceta No. 66, abril 1992. San José, CR.
- Ley Orgánica del Ambiente.
- Quesada Renato. 2000. Elementos del Turismo. Edit. EUNED. San José, CR.

- Vargas Alex y Leiva Alvaro. 1993. Compendio de legislación Turística. Editorial IJ S.A. San José, CR.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 418
Curso:	Práctica Profesional Supervisada
Naturaleza:	Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	12
Horas Semanales:	32
Horas Presenciales:	2
Horas Práctica:	28
Horas Estudio Independiente	2
Horas Docente:	8
Horas de atención a estudiantes:	2
Requisitos:	70% de los créditos de la carrera aprobados, dentro de ese porcentaje deben estar los cursos: Expresión Oral I: Perspectivas del Turismo Legislación para Empresas Turísticas Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos

Nombre del docente:

DESCRIPCION DEL CURSO:

El presente curso consiste en una práctica académica, la cual es supervisada, que busca consolidar los conocimientos técnicos y destrezas adquiridas, así como el desarrollo de actitudes y valores. Es una experiencia que realiza el (la) estudiante en el ámbito específico de aplicación de su especialidad disciplinaria o profesional, y a su vez, es un espacio de aprendizaje que le posibilita la proyección social, laboral, y el establecimiento de relaciones teóricas, metodológicas y técnicas con la realidad. Todo lo cual tiene un impacto significativo en su formación integral.

El curso es de naturaleza práctica. El esquema de trabajo requiere un esfuerzo profesional disciplinado, además de una actitud creativa e innovadora, con mucha disposición al mejoramiento continuo, característica inherente al profesional con rasgos de excelencia en sus funciones, emprendedor, en permanente estudio y análisis del entorno para una mejor concepción de las oportunidades que se le presentan.

La Práctica Profesional Supervisada, como estrategia metodológica, pretende integrar los conocimientos de las áreas funcionales de una empresa turística, mediante la incorporación del (la) estudiante a su contexto interno y a la comprensión de la naturaleza y características del entorno de estas empresas que gestionan su accionar en el sector turismo.

Los (las) estudiantes de la carrera de Gestión Empresarial del Turismo Sostenible podrán llevar a la práctica el proceso teórico recibido durante su formación académica en la universidad, obtener experiencia laboral y principalmente, transmitir su conocimiento como asesoría a este tipo de organizaciones, como un aporte del estudiante y la universidad a la sociedad.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Aplicar e integrar los conceptos teóricos, las herramientas metodológicas, técnicas y actitudes personales que se han desarrollado en el cumplimiento de la formación académica – profesional en Turismo, mediante la incorporación del (la) estudiante en una empresa turística, para que pueda contribuir a su formación profesional y a la transformación productiva de este tipo de organizaciones, promoviendo la búsqueda de mejores niveles de competitividad.

CONTENIDO TEMATICO:

Aplicación práctica, en una empresa turística, de los conceptos teóricos analizados en el desarrollo del plan de estudios, y que gestionan sus actividades en el sector turístico.

METODOLOGIA

La práctica pretende que el futuro profesional ejercite no solo sus conocimientos, sino también que genere aportes importantes a la organización receptora, lo cual puede abordarse desde dos modalidades, a saber:

- **Modalidad 1: Cumplimiento de funciones de gestión administrativa en un hotel:** El (la) estudiante se incorpora a la organización receptora donde cumplirá la Práctica Supervisada, y procederá a cumplir con las funciones que le encomiende la organización, en coordinación con el profesor supervisor, en el entendido que deben ser funciones que le permitan aplicar los conceptos teóricos y prácticos recibidos durante su formación académica previa en la Universidad Nacional. El (la) estudiante deberá cumplir al menos 532 horas de labores en la organización.
- **Modalidad 2: Formulación y/o ejecución de un proyecto de gestión turística en un hotel establecido, o en el contexto de un esfuerzo personal**

emprendedor para la puesta en marcha de un hotel: Esta modalidad de práctica se puede desarrollar, escogiendo uno de los siguientes contextos:

- a) Formulación y ejecución de un proyecto de gestión turística y administrativa en una empresa establecida. En esta situación, el (la) estudiante formula o interviene en un proyecto de interés para la organización. El objetivo básico del proyecto es identificar un problema de gestión en la organización para comprender su naturaleza, desarrollar la metodología adecuada de análisis, proponer acciones concretas para la solución de ese problema de gestión y ejecutarlas durante el periodo de Práctica Supervisada.
- b) El otro contexto, dentro de esta modalidad, es la formulación de un proyecto de desarrollo turístico, asumiendo rol de emprendedor: En esta situación, el (la) estudiante podrá formular un proyecto, ubicándose en el papel de emprendedor, esto es, presentará un proyecto de inversión, de iniciativa propia, o realizará un plan de negocios para ese proyecto. En esta modalidad se autoriza un máximo de 2 estudiantes para un mismo proyecto.

BIBLIOGRAFIA

- Alcaraz, R. (2006). El Emprendedor de éxito: guía de planes de negocio. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Anzola, S. (1996). Administración de Pequeñas Empresas. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Baca, G. (2001). Evaluación de Proyectos. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Báez, S. (1992). Descripción de puestos en Hoteles, Restaurantes y Bares. Editorial Continental.
- Bermejo, M. & De la Vega, I. (2002). Crea tu propia empresa: estrategias para su puesta en marcha y supervivencia.
- Bowman, C. (2001). Planeamiento Estratégico. La esencia de la Administración Estratégica. Prentice Hall.
- Charles, L, Adrien, M.H. & Anderson, G. (2001). Mejorando el desempeño de las organizaciones. Método de auto evaluación. San José: Editorial Tecnológica.
- Foster, D. (1994). Ventas y Mercadotecnia para el profesional en Turismo. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Foster, D. (1995). Ventas y Mercadotecnia para Hoteles, Moteles y Resorts. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Gazel, L. (2001). Material Complementario para el Curso Preparación y Evaluación de Proyectos. San José: EUNED.
- Hernández, E. (2003). Proyectos Turísticos. Formulación y Evaluación de Proyectos. Editorial Trillas.
- Hernández, C. (1998). Análisis Administrativo. Técnicas y Métodos. San José: EUNED.
- Hill, C. & Jones, G. (1996). Administración Estratégica. Un enfoque integrado. Bogotá: McGraw Hill.
- Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (1997). Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Prentice Hall.

- Lattin, G.W. (1994). Administración Moderna de Hoteles y Moteles. Editorial Trillas.
- Milio, I. (2004). Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. Madrid: Thomson.
- Pazos, E. (199). Metodología para la redacción de informes técnicos. San José: EUNED.
- Quesada, R. (2000). Elementos del Turismo. San José: EUNED.
- Robbins, S. & Coulter, M. (2000). Administración. Distrito Federal: Pearson.
- Rosales, R. (1999). Formulación y Evaluación de Proyectos. San José: ICAP.
- Sapag, N. & Sapag, R. (2000). Preparación y Evaluación de Proyectos. Santiago: McGraw Hill.
- Werther, W. & Davis, K. (1990). Administración de Personal y Recursos Humanos. Distrito Federal: McGraw Hill.

**DESCRIPTORES DE LOS CURSOS OPTATIVOS DEL ÉNFASIS EN
HOTELERIA**

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 468O
Curso:	Ama de Llaves
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (1 Teoría – 2: Práctica y Práctica Monitoreada en hoteles)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO

El curso introduce al estudiante en las funciones ejecutivas del departamento de Ama de Llaves, dentro de la empresa hotelera, destacando las funciones de dirigir, distribuir, supervisar la limpieza y preparación de las habitaciones, áreas públicas y áreas de servicio del hotel, la conservación e inventario del mobiliario, equipo, lencería, suministros, capacitación del personal a su cargo. Se enfatiza la relación directa que tiene con la dirección general, donde se indicará que las habitaciones están en debidas condiciones, los clientes atendidos, buen uso y economía de la lencería empleada y de los inventarios que se ajusten a las existencias reales y de manejar un stock adecuado.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

1. Determinar la gestión administrativa y operativa que se lleva a cabo en el Departamento de Ama de Llaves base para brindar un servicio de calidad al cliente.
2. Identificar el papel ejecutivo que desempeña una Ama de Llaves profesional, hacia un desarrollo óptimo de sus funciones y actividades diarias.
3. Valorar las cualidades deseables sobre la personalidad que debe tener el Ama de Llaves y su personal de apoyo, para contribuir a un ejercicio de funciones basados en principios y valores.

CONTENIDOS

- Organización del departamento de Ama de Llaves
- Fundamentos y funciones del departamento de Ama de Llaves
- Perfil del personal del departamento de Ama de Llaves
- Responsabilidades administrativas del departamento de Ama de Llaves: manejo de inventarios, control de gastos, prevención y seguridad, manejo de lavandería, bloqueo y desbloqueo de habitaciones, entre otros.
- Equipos, suministros y materiales del departamento; reportes y formatos
- Técnicas de limpieza de habitaciones, áreas públicas y otros espacios; estándares de calidad. Y Área de lavandería
- Relaciones interdepartamentales
- Casos Prácticos

METODOLOGIA:

El curso será impartido de manera magistral y práctica. El estudiante debe diseñar planes de trabajos, horarios, funciones para el personal, normativas de uso del equipo, elaborar catálogos de productos y proveedores, establecer stock en bodega de Ama de Llaves, realizar inventarios de productos que se utilizan, diseñar técnicas de limpieza, etc. El estudiante debe realizar trabajos de investigación en las diferentes empresas de hospedaje con el fin de valorar a profundidad los contenidos del curso.

BIBLIOGRAFIA:

- Baez S. (1992). *Hotelería*. Editorial CECSA. México.
- Sectur. (1994) manual del puesto de ama de llaves. Editorial Limusa.
- Baez S. (1992). *Descripción de puestos en Hoteles, Restaurantes y Bares*. Compañía Editorial Continental, S.A de C.V. (CECSA). México.
- De la Torre, F. (1989). *Administración Hotelera*. Primer Curso: División de Cuartos. Editorial Trillas. México.
- Instituto Costarricense de Turismo (2002). *Normas que regulan las empresas y actividades turísticas*. ICT. Costa Rica.
- Lattin W. (1994). *Administración moderna de Hoteles y Moteles*. Editorial Trillas. México.
- Mestres J. (1999). *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera*. Editorial Gestión 2000. España.
- Milio, I. (2000). *Organización y Control de Alojamiento*. Editorial Paraninfo. España.
- Navarro A. (2006). *Manual para regiduría de pisos*. Editorial Thomson-Paraninfo. España.
- Ramos F, Barrera M. (2006). *Operación de Hoteles*. I. División de Cuartos. Editorial Trillas. México.
- Sectur. (1994) *Manual de Operaciones Hoteleras*. Editorial Limusa.
- Sectur. (1994) *Manual de Administración Hotelera*. Editorial Limusa. México.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 4690
Curso:	El Arte del Vino y sus Combinaciones
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (1 Teoría – 2 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO:

El curso se ilustra en un lenguaje cotidiano, explica todo sobre el vino, donde y como adquirirlo, como leer las etiquetas de las botellas, hablar el lenguaje del vino; como degustar el vino, como reconocer su calidad, como descifrar la carta de vinos en los restaurantes, como destapar una botella, orientados desde lo más elemental hasta lo más avanzado en este extenso mundo de vinos. Se enfoca también hacia como se consiguen los distintos estilos y sabores de los vinos, a través de las variedades de la uva, y la influencia que ejercen factores como, el clima, el suelo, sin olvidar los principios básicos de la vinificación, y su incidencia en el gusto final del vino, la combinación del vino con los alimentos.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS:

1. Valorar la importancia del vino en la vida social y económica, teniendo como marco el turismo nacional e internacional.
2. Determinar como se produce el vino, cuales son sus propiedades y características, sus zonas productoras, su elaboración y almacenamiento.
3. Conocer los tipos de vinos, la temperatura, como se catan y decantan para degustarlo profesionalmente, así como la combinación con las diferentes comidas.

CONTENIDOS:

- Historia del vino, producción y zonas productoras internacionales
- Los colores del vino
- Que determina el estilo y el sabor del vino
- La cava, los tipos y estilos del vino. Los vinos espumosos
- Vinificación
- Vino y gastronomía
- El descorche y el servicio de los vinos
- Temperatura de los vinos
- La cata y degustación de los vinos
- La decantación
- Como orientarse en la lista de vinos de un restaurante
- La etiqueta del vino
- Secretos de la uva
- El vino añejo. Los destilados

METODOLOGÍA:

El profesor debe ubicarse en un escenario real donde cuente con todos los insumos necesarios para valorar el tema del vino, los estudiantes deben realizar trabajos de investigación y exposición, dramatizaciones, práctica en cavas de vinos, se debe realizar giras técnicas de verificación de los temas, contar con expertos del tema para que brinden charlas, valoración de videos, análisis de casos, fichas técnicas.

BIBLIOGRAFIA:

- Fiona Beckett. (2001). Los Estilos del Vino. Editorial Blume- España.
- De Flores, Graciela M. Los Vinos, Los Quesos y el Pan. Editorial Limusa, Noriega. México.
- Mc Carty y Ewing-Mulligan. (2004). El vino. Serie para Dummies- Editorial Norma. Colombia.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 4700
Curso:	Etiqueta en la mesa
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO:

El curso brinda los lineamientos básicos para relacionarse y comportarse socialmente en la mesa, formal o banquete. En este curso se enseña el uso de toda la cubertería y cristalería requerida en una mesa formal, así como la forma de vestirse para asistir a un evento formal.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS:

1. Determinar la forma correcta de proyectar una imagen positiva como lineamiento básico en la etiqueta, así como las indicaciones para transmitir el mensaje correcto a través del lenguaje corporal, y vestirse adecuadamente para asistir a un evento formal o para una reunión informal de negocios.
2. Construir la buena comunicación en el ámbito empresarial o en el sitio de trabajo, la cual es esencial para las buenas relaciones y conducirse adecuadamente en la vida de los negocios.
3. Conocer los buenos modales en la mesa, así como que cubierto utilizar para cada plato, que copa le corresponde a cada tipo de vino, y cual es el comportamiento adecuado en una cena de negocios.

CONTENIDOS:

- Etiqueta
- Como proyectar una imagen positiva: la vestimenta y la apariencia personal, vestirse de acuerdo a la ocasión, el arreglo personal, la postura, el lenguaje corporal.
- La comunicación en el mundo de los negocios: a la hora de la presentación y el saludo, como dirigirse al jefe y a los colegas, como salir airoso de las conferencias y reuniones de negocios, el teléfono y las conversaciones de negocios.
- El arte perdido de la conversación: como iniciar una conversación, la importancia de saber elegir el tema, escuchar es mucho mas que no hablar, como superar la barrera del idioma y otros obstáculos, como finalizar la conversación-
- Como es un buen invitado: como responder las invitaciones, la llegada a la reunión, relacionarse con los demás, atención a los buenos modales, saber cuando termina la fiesta.
- Buenos modales en la mesa: atenciones previas a la cena, al estar todos sentados que sigue?, montaje de mesa, uso de los cubiertos: estilos europeo y norteamericano, los diversos platos, alimentos difíciles de comer, lo que se debe evitar.
- Las maravillas del vino: la elección del vino, que vino va mejor con la cena, como examinar el vino, como se cata el vino, la manera correcta de coger la copa, como tomar el vino, como se toma la champaña, como brindar.
- Las comidas de negocios: cuidado de la imagen profesional, ventaja al prepararse por anticipado, pormenores de las comidas de negocios.
- Errores frecuentes de etiqueta
- Cualidades personales y las formas en el trato social

METODOLOGIA:

Se le debe dar al curso dos enfoques: calidad de servicio y calidad de cliente, La teoría se analiza paralelamente con la aplicación de la misma, se deben hacer demostraciones, dramatizaciones, prácticas en clase, visitas técnicas a sitios de interés, así como contratar una cena formal en un restaurante 5 tenedores para aplicar las indicaciones del curso.

BIBLIOGRAFIA:

- De Antillón F & Antillón A. (1994). Protocolo Corporativo y Organización de Eventos. Litografía e imprenta LILL, S.A. Costa Rica Sue F. (2006). Etiqueta para Dummies. Editorial Norma. Colombia.
- De Antillón F. Etiqueta. Litografía Costa Rica. San José, Costa Rica.
- Lecaros, V. (2002). Cómo tener éxito socialmente. Consejos para conducirse con propiedad en situaciones sociales de alto nivel. Panorama Editorial. México.
- Soto C. (2002). Saber Estar. Guía Práctica de Buenas Maneras. Ediciones la Palabra. Madrid.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 4710
Curso:	Coctelería y Decoración
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO:

A través del curso se pretende que el estudiante adquiera los conocimientos necesarios para la preparación de bebidas, tragos y cócteles. De igual modo, se invita a los estudiantes a desarrollarse y aprender en un campo que evoluciona constantemente: Por un lado la coctelería internacional como pilar referente que se mantiene en el tiempo y por el otro el desarrollo de nuevas tendencias que lo mantendrán actualizado, capacitándolo para plasmar sus propias expresiones en el arte de la coctelería. Este curso se ha dividido en dos partes bien diferenciadas: la primera trata de los diferentes licores que se puedan encontrar, su historia, su evolución, características principales, cómo clasificarlos, cómo conocer su graduación, y una segunda parte en la que veremos como combinarlos entre sí o con otras bebidas para así formar y crear nuevas bebidas en las que el alcohol es el principal ingrediente.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS:

1. Dotar a estudiantes de las habilidades que se precisan para llevar a cabo una correcta elaboración de mezclas de bebidas, cócteles americanos, cafés y batidos.
2. Utilizar las técnicas de presentación de bebidas, cócteles, cafés y batidos en la barra o mostrador de los establecimientos gastronómicos

CONTENIDOS:

- Coctelería (Equipo)
- Hielos y Adornos
- Cristalería
- Clasificación de cócteles
- Cócteles no clasificados
- Reglas para el bartender
- Licores y Aperitivos
- Destilados y Cerveza
- Cócteles sin y con alcohol
- Cafés y batidos

METODOLOGÍA:

El curso debe ser interactivo y vivencial, se requiere práctica en el bar de hoteles de alta categoría, gira de verificación, demostraciones, trabajos de investigación y exposición, análisis de videos acorde con el tema, las clases deben darse en un escenario real donde el estudiante tenga la oportunidad de desarrollar sus conocimientos, así como desarrollar sus habilidades y destrezas en el arte del servicio.

BIBLIOGRAFIA

- Audry, O. (2000). Decoración con frutas. Editorial Trillas. México
- Bermúdez, Mo. (2002). El hotelero, Como ser el Mejor Anfitrión. Editorial Mc Graw Hill. USA.
- Bolaños, M^a. (1999). El Menú, Diseño y Estructuración de menús para servicios de alimentos. Editorial Costa Rica. San José, Costa Rica.
- Báez S. (1992). Descripción de puestos en hoteles, bares y restaurantes. Compañía Editorial Continental, S.A de C.V. Colombia.
- Biosca, D. Como conseguir que los clientes repitan en la hotelería. Editorial Trillas. México
- Cerra, J (1999). Curso de servicios hoteleros. Gestión de bebidas, Composición del Menú y la Carta, Coctelería y Bar. Editorial Paraninfo. España.
- Cerra, J. (1999) Curso de servicios hoteleros. Técnicas y organización. Editorial Paraninfo. Colombia
- De la Torre, F. (1989). Administración Hotelera, Segundo curso: Alimentos y Bebidas. Editorial trillas.
- Hartjen. (2002). El manejo de restaurante, guía para gerentes y propietarios. Editorial Limusa. México.
- Lara, J. (1999) Dirección de alimentos y bebidas en hoteles. Editorial Trillas. México
- Martínez, G. (1998). Los vinos, los quesos y el pan. Editorial Limusa, Noriega. México.
- Muñoz, F. (1996). Etiqueta. Lehman editores. San José, Costa Rica.
- Reynoso R. (1999). Tratado de alimentos y bebidas 1. Editorial Trillas. México
- Sectur (1994). Manual de operaciones Hoteleras. Editorial Limusa. México

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 4720
Curso:	Cocina Creativa
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (1 Teoría – 2 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCION DEL CURSO:

Este es un "curso sin recetas". Pretende iniciar al estudiante en el mundo culinario, dirigido a estudiantes de la profundización en Hotelería con inquietud por aprender y practicar los métodos culinarios desde la base para finalizar con propuestas creativas de cocina.

Se abordan técnicas aplicadas a los distintos géneros, consejos y trucos en la cocina, diccionario básico de cocina, así como partes de la cocina y su utilización. También la importancia de la alimentación equilibrada desde los distintos géneros: verduras y hortalizas, arroces, legumbres, pastas, carnes, pollos, pescados y mariscos.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS:

1. Elaborar platillos con propuestas creativas e innovadoras del mundo culinario.
2. Enseñar las técnicas de elaboración y conservación de platos a partir del uso y manejo de los equipos básicos de cocina y los distintos géneros.
3. Mostrar a los estudiantes las diferentes recetas que existen en la cocina tradicional, y poner en práctica alguna de ellas.
4. Dotar a los estudiantes de conocimientos, habilidades y técnicas para elaborar platos de la denominada cocina creativa.

5. Informar al alumno sobre la normativa vigente y las medidas preventivas aplicables en materia de medioambiente e higiene alimentaria en el puesto de trabajo.

CONTENIDOS:

- Higiene alimentaria
- Introducción a las técnicas culinarias básicas de cocina
- Introducción a las técnicas aplicadas a los diferentes géneros
- Introducción a las técnicas de conservación de alimentos
- Elaboración de recetas básicas
- La creatividad en la elaboración de platos
- La responsabilidad del cocinero en la confección y presentación de platos especiales
- Principios y criterios básicos en la combinación de alimentos
- Innovaciones y/o sustituciones de materias primas. Importancia en la adecuación, en la sustitución o introducción de nuevos productos
- La certificación de la calidad en hotelería
- Preparación de menús degustación
- Batería, menaje y utensilios para la preparación y presentación de los platos
- La limpieza de los equipos y útiles de trabajo. Detalles a observar y productos a emplear.
- Confeccionar nuevos platos a partir de recetas de creación propia con presentación original
- Sensibilización medioambiental

METODOLOGÍA:

El curso debe ser interactivo y vivencial, se concibe como un "curso sin recetas". Se trata de una actividad en la que el participante desarrolla su ingenio: plasma sus conocimientos en inventiva en platos originales, creativos, no convencionales, etc. Dentro de las técnicas metodológicas se utilizarán demostraciones, trabajos de investigación y exposición, análisis de videos acordes con el tema, las clases deben darse en un escenario real donde el estudiante tenga la oportunidad de desarrollar sus conocimientos, habilidades y destrezas en el arte del servicio.

BIBLIOGRAFIA:

- Audry, O. Decoración con frutas. Editorial Trillas. México
- Bermúdez, M. El hotelero, Como ser el Mejor Anfitrión. Editorial Mac Graw Hill. México
- Báez S. (1993). DESCRIPCION DE PUESTOS EN HOTELES, RESTAURANTES Y BARES. Compañía Editorial Continental, S.A de C.V. Colombia
- Biosca, D. (1997). COMO CONSEGUIR QUE LOS CLIENTES REPITAN EN LA HOTELERIA. Editorial Paraninfo. España.
- Bolaños M^a. (1999) EL MENU, Diseño y Estructuración de menús para servicios de alimentos. Editorial Costa Rica. San José, Costa Rica.

- Cerra J. (1999). CURSO DE SERVICIOS HOTELEROS, Gestión de bebidas, Composición del Menú y la Carta, Coctelería y Bar. Editorial Paraninfo. España.
- Cerra, J. (1999). Curso de servicios hoteleros. Técnicas y organización. Editorial Paraninfo. México.
- De Flores G. (1997). Los vinos, los quesos y el pan. Editorial Limusa, Noriega. México.
- De la Torre, F. (1989). ADMINISTRACION HOTELERA, Segundo curso: Alimentos y Bebidas. Editorial Trillas. México.
- Hartjen. (2002). EL MANEJO DE RESTAURANTE, GUIA PARA GERENTES Y PROPIETARIOS. Editorial Limusa. México.
- Lara, J. Dirección de alimentos y bebidas en hoteles. Editorial Trillas. México.
- Muñoz, F. (1994). Etiqueta. Lehman editores. San José, Costa Rica.
- Reynoso. R, Tratado de alimentos y bebidas 1. Editorial Trillas. México
- Sectur (1994). MANUAL DE OPERACIONES HOTELERAS. Editorial Limusa. México.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 4670
Curso:	Seminario de Turismo Centroamericano
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

Los países que conforman la región centroamericana presentan características diferentes en cuanto a clima, vegetación, cultura, otros, que les permiten integrar recursos turísticos diferentes unos de otros y posicionar la región como un destino incomparable a nivel mundial. El curso describe el proceso histórico, cultural y social de la región centroamericana, así como sus recursos naturales, vistos desde la perspectiva de la valoración turística, de manera que la región aproveche el potencial turístico y se puedan desarrollar iniciativas empresariales integradas en el paquete de turismo centroamericano.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Estudiar la diversidad turística de Centroamérica valorándola desde la perspectiva cultural, social, histórica y natural, como oportunidades de negocio potenciales que permiten integrar iniciativas empresariales en el paquete de turismo centroamericano.

CONTENIDO

- Aspectos generales de la historia centroamericana.
- Descripción geográfica, natural y cultural de la región centroamericana.
- Aspectos socioeconómicos de la región centroamericana.
- Recursos naturales y atractivos turísticos naturales de la región.

- Recursos y atractivos turísticos culturales de la región centroamericana.
- Recursos y atractivos turísticos arquitectónicos de la región centroamericana.
- Programas y proyectos, políticas y actividades de integración centroamericana en turismo.
- Descripción de los países centroamericanos: principales destinos y atractivos turísticos.
- Organizaciones empresariales centroamericanas, públicas y privadas, asociadas al turismo
- Ferias y eventos turísticos como oportunidades de negocio
- Requisitos migratorios del movimiento turístico en Centroamérica.

METODOLOGÍA

La metodología a desarrollar estará enmarcada en los siguientes aspectos:

- investigación y trabajo de campo
- Presentación y discusión de casos en clase
- Presentación informe investigación para discusión en clase

Dadas las características del curso deberá hacerse una valoración de los potenciales turísticos de los países centroamericanos, para lo cual los estudiantes deben hacer investigaciones desde la perspectiva social, cultural, histórica y natural de cada uno de los países, para ser presentados en un informe final que será discutido en clase.

BIBLIOGRAFÍA

- Doryan, Eduardo. (1999) Educación y Competitividad en Centroamérica. CLACDS.
- González, H. (1992) Centroamérica en crisis. 1ra. Edición, Heredia, Costa Rica: EUNA.
- Hernández, A y Ríos, M. (2006). América Central y la convención de las Naciones Unidas sobre Derecho de los Usos de los Cursos de Aguas Internacionales para fines distintos para la navegación. 1ra. Edición, San José, Costa Rica.: CEMEDE.
- López Alexander y otros (2004). El Plan Trifinio: Un proceso de desarrollo sustentable transfronterizo en Centroamérica. 1ra. Edición, San José, Costa Rica.: CEMEDE.
- Piedra, Santiago. (1998). Informe en el estudio sobre Microempresa Turística. Programa de Apoyo al Sector Informal de Guatemala, PROSIGUA, de la Unión Europea y el Gobierno de Guatemala.
- Rodas Martín, Pablo. (2002). Temas claves en la integración actual de Centroamérica. Conferencia "Integrating the Americas". Red de Investigación sobre Comercio en las Américas. Washington DC.
- Torres Rivas, Edelberto. (1989). Costa Rica: crisis y desafíos. 2da edición, San José, Edit. DEI.
- Villasuso, J, y Trejos, R. (1999) Comercio e Integración de las Américas. San José, CR. BID, INTAL. UCR: IICA.

Revistas:

- DISCOVER: CENTROAMÉRICA. HCP PUBLISHING, Miami, 2004.
- Tecnitur, Año XX, No. 105, ACOPROT, CR, julio 2004
- Suma. Edic. 116, Harvard Business Review, Enero 2004.

Otros:

- Arqueología Doméstica en Joyas de Cerén. Patrocinado por Patrimonio Cultural de El Salvador.1990.<http://cata.visitcentroamerica.com>

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 4630
Curso:	Ambiente y Desarrollo Sostenible
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3(2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El desarrollo sostenible debe ser entendido como un círculo sobre el cual gira la frágil vida de nuestro planeta: medio ambiente y el desarrollo de los pueblos. El medio ambiente en todas sus formas de vida, animal, vegetal, es la base sobre la cual la humanidad busca no solo satisfacer sus necesidades básicas para sobrevivir sino también para desarrollarse plenamente.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

El objetivo del curso es presentar el proceso de evolución sobre las relaciones entre seres humanos y medio ambiente, a través de las teorías de desarrollo humano y el manejo de los recursos naturales, sus fallos y cómo se pueden llevar a cabo propuestas de solución en el ámbito local para fortalecer el desarrollo sostenible.

CONTENIDO

- Enfoque medioambiental: causas y viabilidad
- Conceptualización del desarrollo sostenible
- Enfoque económico del desarrollo sostenible
- Sostenibilidad biológica

- Enfoque político-social del desarrollo sostenible
- Medio ambiente y Crecimiento demográfico
- Conservación de la biodiversidad
- Seguridad alimentaria mundial
- Contaminación medioambiental
- Normativa ambiental
- Tecnología limpias
- Educación ambiental
- Panorama mundial: PNUMA

METODOLOGÍA

La metodología a desarrollar estará enmarcada en los siguientes aspectos:

- Elaboración de una investigación ambiental que evalúe la interacción entre la comunidad y su medio ambiente
- Exposiciones magistrales por parte del profesor
- Discusión dirigida de lecturas, mediante la integración de grupos en clase
- Exposiciones por parte de los estudiantes de los temas asignados
- Trabajo de campo en una comunidad de la región chorotega
- Discusión dirigida de temas de actualidad
- Análisis de estudios de caso

BIBLIOGRAFÍA

- Enkerlin, E y otros. (2000) Ciencia Ambiental y Desarrollo Sostenible. THOMSON. México.
- Miller, T. (2002) Ciencia Ambiental, Preservemos las Tierra. THOMSON. México.
- ONU. Declaraciones de Naciones Unidas (2003). "Estocolmo, RIO, Rio+5, RIO+10, y Johannesburgo 2002. Organización de Naciones Unidas. New Cork, USA.
- Quintero, H y otros. (2002) Ciencia, tecnología y Ambiente. THOMSON. México.

DESCRIPTORES DEL ENFASIS EN TURISMO ALTERNATIVO

TABLA 19
ESTRUCTURA CURRICULAR DEL ENFASIS EN TURISMO ALTERNATIVO

III NIVEL VI CICLO		
Cod. Materia	Nombre Del Curso	Créditos
	Optativo I	03
	Optativo II	03
	Turismo de Naturaleza	03
	Estrategias de Comercialización y Venta del Turismo Alternativo	03
	Expresión Oral: temas comerciales y turísticos	06
Total		18

IV NIVEL VII CICLO		
Cod. Materia	Nombre Del Curso	Créditos
	Optativo III	03
	Optativo IV	03
	Turismo de Aventura y Deportivo	03
	Turismo Cultural	03
	Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos	03
	Legislación para Empresas Turísticas	03
Total		18

IV NIVEL VIII CICLO		
Cod. Materia	Nombre Del Curso	Créditos
	Práctica Profesional Supervisada	12
Total		12
TOTAL CREDITOS PROFUNDIZACION		48

La lista de optativos de este énfasis es la siguiente:

- **Animación Turística**
- **Organización de Eventos y Actividades Turísticas**
- **Turismo de Salud**
- **Ambiente y Desarrollo Sostenible**
- **Comunicación Efectiva**
- **Técnicas de Negociación.**

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 450
Curso:	Turismo de Naturaleza
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Gestión de Turismo Alternativo
Nombre del docente:	

DESCRIPCION

El curso Turismo de naturaleza ofrece al estudiante una visión de la actividad turística en el cual se enfoca la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los turistas. Asimismo, el presente curso tiene como objetivo introducir el marco conceptual del turismo ecológico, sus diferentes enfoques y como éste se ha convertido en uno de los principales impulsores de la economía nacional en los últimos años. Se pasará del nivel conceptual y metodológico a la interpretación práctica de las actividades eco turísticas, en donde se plantea el caso costarricense como marco espacial de análisis.

Es relevante conocer como el turismo de naturaleza constituye en la actualidad una de las principales fuentes de divisas para la economía nacional; de ahí la necesidad de formación de especialistas en este campo, que promuevan el aprovechamiento de los recursos naturales en forma sostenida y propicien un involucramiento activo para el beneficio socioeconómico de las poblaciones locales.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

- **Objetivo General:** Lograr que el y la estudiante desarrollen un criterio más amplio en materia de Turismo de naturaleza, propiciando de esta forma una

mayor comprensión y visión holística que les permita la aplicación con el sector turismo y ambiental de una forma responsable para la toma de decisiones estratégicas y así asegurar mejores resultados en sus decisiones.

Objetivos Específicos

1. Desarrollar los principales conceptos relacionados con el turismo de naturaleza.
2. Definir el ámbito de acción del Turismo de naturaleza y su importancia para la actividad turística y el desarrollo del país.
3. Caracterizar la evolución y el estado actual del turismo ecológico en Costa Rica.
4. Identificar e interpretar espacios turísticos naturales y culturales.
5. Analizar el impacto del turismo ecológico en las comunidades locales y espacios protegidos
6. Desarrollar en los estudiantes la capacidad de utilizar los elementos conceptuales y metodológicos para la interpretación de la realidad turística.

CONTENIDO

1. Origen del turismo de naturaleza
2. Conceptos de Turismo de naturaleza
3. El desarrollo del turismo de naturaleza en Costa Rica y Centro América.
4. Principios éticos que sustentan el turismo de naturaleza. (Código Mundial)
5. Oferta eco turística en Costa Rica. (principios de flora y fauna, manejo adecuado, etc.)
6. Demanda eco turística (gustos, preferencias, destinos, requisitos, necesidades, etc.)
7. Zonificación eco turística de Costa Rica (Áreas de Conservación, reservas privadas, mixtas, refugios, incluyendo rutas y circuitos ecoturísticos, etc)
8. Cluster eco turístico.
9. Turismo ecológico y desarrollo sostenible.
10. Turismo ecológico en espacios naturales.
11. Turismo ecológico en espacios culturales.
12. Tipos de Eco etiquetas.
13. Organizaciones Nacionales e Internacionales relacionadas con el Ecoturismo.
14. Instituciones, organismos y empresas turísticas para la comercialización de espacios y productos turísticos alternativos.
15. Interpretación de Espacios turísticos naturales, así como, la guianza eco turística.
16. Educación en espacios naturales (Educación Ambiental)
17. Senderismo interpretativo.
18. Elaboración de programas de viajes sobre actividades de turismo ecológico.

METODOLOGIA

La práctica de este curso consiste en aplicar técnicas de campo que le permitan manejar instrumentos y métodos de identificación de especies, inventarios de

atractivos eco turísticos, prácticas responsables de planificación y manejo de la herencia natural y cultural del país, encuestas, etc. Para ello será necesario la realización de giras de campo a diversas regiones específicas y, parques nacionales o áreas protegidas que se consideren de alto valor natural. Para la consecución de los objetivos planteados en el curso: “Turismo Ecológico”, se plantea, entonces, la siguiente metodología:

Desarrollo de las lecciones

Exposición magistral por parte del profesor (a) de las metodologías y las herramientas alternativas para ampliar los conceptos y técnicas de análisis para el desarrollo del presente curso. Se estimulará y fomentará la participación activa de los y las estudiantes para el desarrollo de sus habilidades de liderazgo, creatividad e innovación y de presentaciones ante el público (clase). La participación se enfocará a temas del acontecer del entorno del turismo ecológico.

- **Asistencia, puntualidad y participación**

Es de suma importancia que los y las estudiantes asistan a las clases, dado que como se indica en el programa, cada lección abarcará un tema nuevo, el cual contribuirá grandemente al inventario de conocimientos del estudiante. Así como, la participación activa de los y las estudiantes en el curso será vital para el intercambio de conocimientos y fomentar de esta forma el proceso de realimentación. El profesor podrá realizar preguntas a los estudiantes para fomentar la participación en clase.

- **Trabajos extra clase y lecturas**

Se asignará un trabajo extra clase en grupos para incentivar la investigación fuera de clase. Para lo cual cada trabajo extra clase deberá ser expuesto el día indicado en el programa.

Las lecturas y análisis de artículos relacionados con el turismo ecológico publicados en revistas y periódicos especializados de renombre, tanto nacional como internacional, serán base conceptual de análisis en el desarrollo de las lecciones.

- **Trabajo Final de Investigación y Giras de Campo.**

Con base en las giras realizadas y el aprendizaje durante el curso en general, los estudiantes realizarán un trabajo final en grupos. Cada grupo deberá de presentar un documento final escrito al profesor. La metodología para la realización de este trabajo final será la establecida en el formato IESTRA y en el documento: “Guía para la elaboración y presentación de informes de los trabajos finales de graduación y de cursos” (autoras: Irma Zúñiga León y Ligia López Cerdas).

BIBLIOGRAFÍA

- Baez, A. (1988). Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en las áreas protegidas de Centroamérica. Costa Rica: Turismo y Conservación Consultores S.A.
- Estrategia Nacional de Desarrollo Turístico Sustentable, México.
- ICT (Instituto Costarricense de Turismo). (2006). Plan Nacional de Turismo 2002-2012. Versión 5.2 I.C.T.: San José, Costa Rica.
- GOMEZ, L.D. (1985). Clima y vegetación de Costa Rica. Costa Rica: EUNED.
- Mastny, L. (2005) Ecoturismo: Nuevos caminos para el Turismo Internacional Bilbao: Bakeaz.
- Pérez, M (2003). La Guía del Ecoturismo. Madrid: Ediciones Mundi-Prensa.
- Pérez, H. (2004). Manual del Turismo Sostenible. México: Editorial Mundi-Prensa.
- Solano, L. (2003) Experiencia ambiental de Costa Rica en el desarrollo y posicionamiento del ecoturismo. Costa Rica.
- Valerio, C. (1991). La diversidad biológica de Costa Rica. Costa Rica: Editorial Heliconia.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 451
Curso:	Estrategias de Comercialización y Venta del Turismo Alternativo
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Mercadeo para Empresas Turísticas
Nombre del docente:	

DESCRIPCION

El curso pretende brindar a los y las estudiantes una visión más amplia sobre las acciones que se llevan a cabo en materia de mercadeo del turismo alternativo; desarrollando, un modelo de aprendizaje teórico - práctico de mayor profundización e investigación, cuya finalidad es la de establecer e identificar medios de contacto para que el y la estudiante se involucre en este quehacer, con una perspectiva inminentemente estratégica- práctica, y con un mayor dominio de los diferentes aspectos y herramientas que componen el concepto de alternativo. Además, aborda la conformación de la unión básica de mercadotecnia y su relación con la actividad referente al turismo alternativo, lo que contribuirá a una mejor comprensión de las experiencias buscadas por los turistas. Lo anterior le permite al estudiante de turismo tener una claridad de la forma en que se utiliza el mercadeo en este tipo de turismo.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

- **Objetivo General:** Proporcionar al estudiante el acercamiento con experiencias sobre mercadeo de turismo alternativo, para lograr desarrollar una comprensión, visión y criterio más amplio y totalmente estratégico que

coadyuve a la construcción de ideas para fomentar la creatividad en este tipo de turismo y de esta forma cumplir con las exigencias del mercado.

Objetivos Específicos

1. Orientar al estudiante para que esté actualizado (a) con las tendencias del entorno en materia de mercadeo de turismo alternativo.
2. Crear conciencia en el/la alumno/a sobre la importancia del mercadeo del turismo alternativo.
3. Identificar la oferta y la demanda del turismo alternativo en Costa Rica y aplicar sus posibilidades según los recursos y características de las zonas.
4. Analizar la percepción del turismo alternativo en las comunidades locales y espacios protegidos desde el punto de vista de la mercadotecnia.
5. Desarrollar una imagen corporativa sobre una actividad relacionada con el turismo alternativo.

CONTENIDO

- Oferta del turismo alternativo en Costa Rica.
- La mezcla de mercadeo del turismo alternativo en Costa Rica
- El desarrollo del turismo alternativo mundial (desde la perspectiva de mercadotecnia) y su influencia en las comunidades con poco desarrollo.
- El mercadeo de los productos y servicios turísticos alternativos: campañas promocionales.
- La Mándala Ecológica de Kottler.
- Áreas de desarrollo del turismo alternativo.
- Desarrollo de una imagen corporativa de una actividad relacionada con el turismo alternativo.
- Programa de Ventas y post-venta.
- Instituciones, organismos y empresas turísticas para la comercialización de espacios y productos turísticos alternativos.
- Elaborar un programa de viaje sobre actividades de turismo alternativo y su respectiva comercialización.
- Diseño de una Central de Reservación para el turismo alternativo de una región.

Metodología

La práctica de este curso consiste en aplicar técnicas que le permitan manejar instrumentos, métodos, y estrategias de mercadeo del turismo alternativo. Para la consecución de los objetivos planteados en este curso se plantea, entonces, la siguiente metodología:

a. Desarrollo de las lecciones

- Exposición magistral por parte del profesor (a) de las metodologías y las herramientas alternativas para ampliar los conceptos y técnicas de análisis para el desarrollo del presente curso.

- Se estimulará y fomentará la participación activa de los y las estudiantes para el desarrollo de sus habilidades de liderazgo, creatividad e innovación y de presentaciones ante el público (clase). La participación se enfocará a temas del acontecer del entorno del mercadeo de turismo alternativo actual.

b. Asistencia, puntualidad y participación

- Es de suma importancia que los y las estudiantes asistan a las clases, dado que como se indica en el programa, cada lección abarcará un tema nuevo, el cual contribuirá grandemente al inventario de conocimientos del estudiante. Así como, la participación activa de los y las estudiantes en el curso será vital para el intercambio de conocimientos y fomentar de esta forma el proceso de realimentación.
- El profesor podrá realizar preguntas a los estudiantes para fomentar la participación en clase.

c. Resolución de Casos, trabajos extra clase y lecturas

- Se asignará un trabajo extra clase en grupos para incentivar la investigación fuera de clase. Para lo cual cada trabajo extra clase deberá ser expuesto el día indicado en el programa (10 minutos cada trabajo y será creatividad de cada grupo la exposición) y no deben entregar ningún documento escrito al profesor, ni podrán usar video beam, ni proyector de ningún tipo. No obstante, podrán, a discreción de cada grupo, entregar en una hoja, el resumen del trabajo asignado a cada estudiante.
- Previa explicación del profesor, se enseñará a los y las estudiantes sobre la “Resolución de Casos” y su respectivo análisis y discusión en clase. No obstante, el profesor asignará de acuerdo con las fechas estipuladas en el programa, casos para ser resueltos en forma grupal o individual tanto dentro de la clase como fuera del tiempo lectivo y serán entregados la fecha indicada en el programa, con portada y en computadora.
- Las lecturas y análisis de artículos relacionados con el mercadeo de turismo alternativo publicados en revistas y periódicos especializados de renombre, tanto nacional como internacional, serán base conceptual de análisis en el desarrollo de las lecciones.

b.4. Trabajo Final de Investigación.

Los estudiantes realizarán un trabajo final en grupos. Cada grupo deberá de presentar un documento final escrito al profesor. La metodología para la realización de este trabajo final será la establecida en el formato IESTRA y en el documento: “Guía para la elaboración y presentación de informes de los trabajos finales de graduación y de cursos” (autoras: Irma Zúñiga León y Ligia López Cerdas).

BIBLIOGRAFÍA

- COOPRENA. (2002). Manual de Criterios y Estándares para el Agroecoturismo Comunitario en Costa Rica. San José, Costa Rica.
- Drucker, P. (1994). Gerencia para el futuro. Colombia: Editorial NORMA.
- ICT (Instituto Costarricense de Turismo). (2006). Plan Nacional de Turismo 2002-2012. Versión 5.2. Costa Rica: I.C.T.
- Furst, E y Wolfang, H. (2002). Turismo de Larga Distancia y Desarrollo Regional en Costa Rica. Costa Rica: Departamento Económico de Investigaciones (DEI).
- Kotler, P. (2001). Dirección de Marketing. Mexico: Millennium.
- Kotler, P. Mercadotécnica Turística. Mexico: McGraw Hill.
- Martínez, M. (2000). "Alojamiento Turístico Rural". Madrid: Síntesis S.A, Vallehermoso.
- Mediano, L. (2004). Gestión de Marketing en el Turismo Rural. Madrid: Pearson Educación.
- Schiffman, L. & Leslie, L. (1997). Comportamiento del consumidor. Mexico: Prentice-Hall.
- Zamorano, (2002). Turismo Alternativo: Servicios turísticos diferenciados: animación, turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, turismo receptivo México: Trillas

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Facultad de Filosofía y Letras
Escuela de Literatura y Ciencias del Lenguaje
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera

Código:	LIY 435
Curso:	Expresión Oral II: Temas Comerciales y Turísticos
Naturaleza:	Práctico
Nivel:	III, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	6
Horas Semanales:	15
Horas Presenciales:	8 (2 Teoría – 6 Práctica monitoreada en empresas turísticas)
Horas Estudio Independiente	7
Horas Docente:	8
Horas de atención a estudiantes:	3
Requisitos:	Expresión Oral I: Perspectivas del Turismo

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN:

Es un curso de expresión oral que brinda al estudiante la oportunidad de desarrollar su pronunciación, estructuras gramaticales, fluidez y espontaneidad, mediante la discusión de material relacionado con temas turísticos, comerciales, económicos. Además, le permite incrementar su vocabulario general y específico a través de su uso en contexto. Se emplean funciones y estrategias de comunicación oral para desenvolverse adecuadamente en distintas situaciones de la vida real, para al final demostrar un dominio del idioma avanzado, según la escala ACFTL. También, se utiliza el laboratorio de idiomas para el desarrollo de la comprensión auditiva y complementar el conocimiento de los temas propuestos. Diversas técnicas de interacción oral se ponen en práctica, tales como mesas redondas, debates, exposiciones orales, discursos o “speech”, discusión en parejas y grupales, resolución de problemas, entre otros.

Este curso comprende la realización de una práctica monitoreada de 6 horas por semana en una empresa turística, en la cual, el estudiante podrá practicar el idioma meta en un contexto real y afín a su campo de estudio. Esta práctica se realiza durante todo el ciclo lectivo (simultáneamente con el desarrollo del curso) y es progresiva, de tal forma, que los (as) estudiantes puedan practicar y reforzar los

conocimientos y habilidades de la lengua adquiridos en el transcurso de este curso en la compañía anfitriona, Así mismo, las experiencias vividas en esta práctica, sirven para enriquecer los temas de estudio del curso. Todo lo anterior con la guía y acompañamiento del profesor a cargo. Igualmente, el estudiante deberá desarrollar una propuesta en inglés tendiente a fortalecer el servicio en la compañía turística anfitriona.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresariedad.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso, el estudiante será capaz de:

22. Conversar espontánea y fluidamente haciendo uso de vocabulario apropiado al contexto.
23. Utilizar las formas lingüísticas apropiadas para expresar diversas funciones del lenguaje.
24. Expresar y defender opiniones fundamentadas y coherentes.
25. Utilizar diferentes estrategias de comunicación oral para interactuar efectivamente.
26. Fortalecer su vocabulario y conocimiento sobre temas comerciales y turísticos.
27. Desarrollar estrategias de comprensión auditiva que le permitan entender material auditivo auténtico.
28. Conversar sobre temas, ideas y situaciones diversas utilizando lenguaje idiomático.

TEMATICA

46. Efectos de la globalización.
47. El manejo del petróleo.
48. Las transnacionales y el turismo.
49. Causas y efectos de la inflación y sus repercusiones en la actividad turística.
50. El déficit comercial.
51. La deuda interna y externa de C.R.
52. Causas y efectos de la devaluación.
53. La dolarización.
54. Los distintos tratados comerciales y sus implicaciones en el desarrollo turístico.
55. Las importaciones y exportaciones.
56. El Euro y el Dólar.
57. Publicidad y propaganda comercial.
58. El consumismo.
59. Frases Idiomáticas relativas a los temas en estudio.
60. Técnicas y organización de un debate formal.

FUNCIONES

- Expresar opiniones.
- Debatir y discutir.
- Argumentar acerca de temas comerciales varios y sus implicaciones en el desarrollo turístico.
- Comparar y contrastar temas comerciales y de interés turístico.
- Brindar recomendaciones sobre los temas relacionados.

Comprensión Auditiva

- Comprensión de diálogos, conferencias, descripciones, reportes, frases idiomáticas.
- canciones, entrevistas, conversaciones, discusiones, programas de radio y televisión, anuncios comerciales, presentaciones, historias, juegos, visitas guiadas, anécdotas, debates, discursos.

METODOLOGÍA

El curso se desarrolla alrededor de una serie de temas comerciales - turísticos que proporcionan al estudiante diferentes contextos reales y oportunidades de comunicación oral. Mediante la presentación, descripción, discusión y debate, el estudiante podrá comprender y utilizar el vocabulario de acuerdo con los diferentes contextos. El curso se compone de dos partes fundamentales. En una, se presentan y discuten los temas propuestos a través de las diversas actividades comunicativas en las que los estudiantes deberán participar activamente y de forma espontánea. En esta sección se hará uso de recursos didácticos escritos así como videos, y otros materiales de audio necesarios, los cuales serán ricos en vocabulario concerniente a la actividad turística y expresiones idiomáticas generales.

En la otra parte, el estudiante deberá realizar una práctica de seis horas semanales en una empresa turística en donde el mismo desarrolle una función en la que tenga que enfrentarse a turistas y deba utilizar el idioma inglés como medio de comunicación primordial para brindar el servicio que el visitante busca. Durante esta practica, el estudiante debe desarrollar una propuesta en inglés tendiente a mejorar el servicio brindado en la compañía donde se realiza la práctica. Para ello, será guiado y monitoreado por el profesor, quien además de desarrollar el papel de facilitador, tendrá la responsabilidad de mantener una constante comunicación con la compañía turística, con el fin de monitorear el correcto desempeño y satisfacción en ambas partes. (El estudiante y la empresa).

El profesor a cargo deberá programar visitas a las empresas anfitrionas con este objetivo. Igualmente, se aprovecharán las lecciones presenciales para comentar lo acontecido en el tiempo de práctica cuando esto atañe y se considere necesario. El estudiante deberá presentar la propuesta con sus resultados al profesor y compañeros (as) de clase al finalizar el curso, así como una copia de esta propuesta a la empresa anfitriona correspondiente.

En ambas partes, los estudiantes pueden discutir criticar y hacer comentarios acerca de las diversas actividades y temáticas en forma individual, grupal, o en parejas.

Organización del tiempo del curso

Las 08 horas semanales estarán organizadas de la siguiente manera:

- 02 horas presenciales: Una vez a la semana, dos horas en el aula.
- 06 horas Practica Monitoreada: En una empresa turística de la región.

BIBLIOGRAFÍA

- Alexander, V. (1978). Take a Stand. New York: Longman.
- Bunke, D. (1992). Street Talk- 1: How to speak and Understand American Slang. Los Angeles: Optima Books.
- Broukal, M. (1994). Idioms from Everyday Use. Illinois: Textbook Company.
- Collis, H. (1996). 101 American English Idioms: Understanding and Speaking English an American. Illinois: Passport Books.
- Klippel, K. (1984). Keep talking. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nolasco, R. & Lois A. (1987). Conversation. Oxford: Oxford University Press.
- Oekenden, M. (1977). Talking Points. London:Longman.
- Porter, L. (1987). Role Play. Oxford: University Press.
- Spears, R. (1993). NTC's American Idioms Dictionary. National Textbook Company, Lincolnwood.
- Walkings, D. (1995). The idiom Advantage. Massachussets: Adisson- Wesley Publishing.
- Un, P. (1984). Discussion that work. Cambridge: University Press.
- Artículos varios de libros, revistas y periódicos. Material audiovisual variado.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 452
Curso:	Turismo de Aventura y Deportivo
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Turismo de Naturaleza
Nombre del docente:	

DESCRIPCION

A través de este curso se le presenta al estudiante otra de las modalidades del turismo alternativo, como lo es el turismo de aventura y deportivo. Esta modalidad viene dando de qué hablar en los últimos años, desarrollando una oferta potencial constante, ya que la demanda turística mundial volcó la mirada a este tipo de actividades distintas y novedosas, intensas y emocionantes. El turismo de aventura se refiere a todos aquellos viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.

La prestación de hacer negocios a través de un servicio de esta índole requiere de un recurso humano altamente profesional, tanto en la disciplina que le compete, como en los factores de conducción grupal, seguridad, responsabilidad, planeación, diseño, conocimiento, y conciencia de la problemática específica que esto implica. En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

1. Identificar en el estudiante el concepto de turismo de aventura, sus características y exigencias, como una alternativa de la oferta turística dentro de las actividades distintas y novedosas.
2. Concienciar al estudiante de la necesidad de un recurso altamente profesional, capacitado, tanto en los aspectos técnicos, como en el manejo de estas actividades y la seguridad requerida.

3. Concienciar al estudiante en el uso racional y discriminado de los recursos del país.

CONTENIDO

1. Concepto de turismo de aventura
2. Clasificación del turismo de aventura
3. Diferencia entre Deporte, Recreación y turismo de aventura.
4. Turismo de aventura individual y colectiva
5. Infraestructuras recreacionales, deportivos y de aventura.
6. Reglamentación de torneos deportivos.
7. La dirección estratégica en empresas de turismo de aventura
8. Organizaciones nacionales e internacionales relacionadas con el turismo de aventura.
9. Diseño y planificación de actividades. Torneos turísticos deportivos y de aventura.

METODOLOGIA

Por medio de la observación, estudio y práctica de las diferentes disciplinas deportivas y actividades de aventura, el estudiante se podrá familiarizar con las características más importantes que conforman cada una de estas actividades. Se combinan, entonces, elementos prácticos y teóricos. Complementariamente, se requerirá que el estudiante visite alguna infraestructura diseñada para la práctica de las actividades de aventura y deportes, para lo cual se requiere de la realización de giras específicas, organizadas para tales efectos. Por las características del curso, se requiere la participación constante de parte del estudiante, tanto en actividades dentro del aula, como en exteriores. El estudiante debe participar también en la presentación, discusión, y valoración de las actividades realizadas por otros estudiantes o en grupos.

BIBLIOGRAFIA

- Ávila R. (2002). Turismo Sostenible. Madrid: Iepala.
- Blasco, T. (1994). El ejercicio como elemento de salud. En: Actividad física y salud. Barcelona: Ediciones Martínez Roca.
- Casasola, L. (1990). Turismo y Ambiente. México: Editorial Trillas.
- Dosil, J. (2004). Psicología de la Actividad Física y del Deporte. España: Mc Graw Hill.
- Schiffman, L. & Leslie, L. (1997). Comportamiento del consumidor. México: Prentice-Hall.
- Zamorano, F. (2002). Turismo Alternativo: Servicios turísticos diferenciados: animación, turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, turismo receptivo. México: Trillas.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 453
Curso:	Turismo Cultural
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Estrategias de Comercialización y Ventas del Turismo Alternativo

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN

El curso Turismo cultural ofrece a los estudiantes la oportunidad de conocer la importancia del patrimonio cultural para la actividad turística y como experiencia personal sobre el pasado y la vida actual de la sociedad. Asimismo, estudia los conceptos y antecedentes del turismo cultural a nivel nacional e internacional, tomando en cuenta los beneficios, riesgos y especificidad del turismo.

Durante el desarrollo del curso conoceremos cómo el turismo cultural se inserta dentro de las necesidades de expansión económica, social, cultural, política y psicológica de las sociedades occidentales. Igualmente, analizaremos el concepto de la ocupación del ocio que da origen a la curiosidad, esnobismo, disfrute de la gastronomía local y el conocimiento general de la cultura (tangibles e intangibles), para comprender las condiciones que lo hicieron posible tal y como actualmente se practica.

OBJETIVOS DEL CURSO

- Identificar los factores culturales y su importancia en el turismo.
- Conocer las principales manifestaciones del patrimonio cultural tangible.
- Observar proyectos y actividades relacionadas con el turismo y las industrias culturales.
- Conocer las principales manifestaciones del patrimonio cultural intangible.
- Conocer la organización y gestión del turismo cultural.

- Identificar los agentes sociales relacionados en la difusión, promoción y uso del patrimonio cultural y natural.
- Estudiar la relación entre el turismo cultural y el turismo urbano.
- Recomendar acciones y condiciones estratégicas para lograr la incorporación de los centros urbanos, ciudades y aldeas a los procesos de desarrollo turístico.
- Conocer la legislación nacional e internacional sobre turismo y patrimonio cultural.

CONTENIDO TEMÁTICO

- Conceptualización y fundamentos del turismo cultural.
- Atractivos turísticos y turismo cultural: experiencia nacional e internacional.
- Factores que determinan el atractivo turístico de una región.
- Elementos sociales y culturales que contribuyen al atractivo turístico de una región.
- Actividades productivas y su relación con el turismo cultural.
- El papel de las instituciones públicas y la empresa privada en el desarrollo del turismo cultural.
- Interpretación de espacios turísticos culturales.
- Turismo cultural y desarrollo sostenible.
- Turismo cultural y patrimonio natural.
- Tipologías del turismo cultural: museístico, monumental y artístico, medioambiental, etnológico, histórico y arquitectónico.
- Establecer un programa de viaje sobre actividades de turismo cultural.
- Planificación y gestión estratégica de destinos turísticos culturales
- Gestión de productos de turismo cultural
- Normativa internacional y legislación costarricense relacionada con la protección y preservación del patrimonio cultural.
- Inventario del patrimonio cultural costarricense.
- Metodologías y técnicas de preservación del patrimonio
- Temas jurídicos específicos alusivos al turismo sostenible

METODOLOGIA

Es un curso teórico- práctico que contempla sesiones de trabajo presenciales para discutir y analizar los contenidos temáticos previamente definidos. Asimismo, la selección y análisis de estudios de casos contribuirán a contextualizar los conceptos desarrollados por tema. Se contempla la participación proactiva de los estudiantes en el aula y en el trabajo de campo.

El trabajo arriba mencionado se fortalecerá con giras de estudio a museos, parques nacionales y comunidades autóctonas, junto con la asistencia a eventos socioculturales relacionados con la temática del curso. Estas actividades se expondrán por escrito (versión digital) y oralmente.

Por la naturaleza del curso se pretende que el mismo facilite un trabajo variado tanto en las sesiones presenciales como en las horas de estudio independiente y así

como en el trabajo de campo. Lo anterior se apoyará en diferentes actividades como:

- Análisis de lecturas.
- Exposiciones individuales y grupales de los estudiantes.
- Giras nacionales.
- Exposiciones del docente.
- Investigaciones sobre el patrimonio cultural.

Se considera indispensable que la metodología sea combinada entre la teoría y la práctica de modo que la participación del estudiante sea proactiva, utilizando métodos y actividades extracurriculares. Es igualmente importante el trabajo de investigación con bibliografía actualizada y con procesos de evaluación y co-evaluación. Además, será necesario propuestas metodológicas por parte de los estudiantes.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, J. Luis. (1992) Sociedad, Estado y Patrimonio Cultural. Madrid: España.
- Furst, E. & Wolfgang, H. (2002). Turismo de larga distancia y desarrollo regional en Costa Rica. Costa Rica: DEI.
- González, H. (2005). El turismo alternativo en la región centroamericana. Costa Rica: CEMEDE.
- McIntoch, Robert (2002). Turismo: planeación, administración y perspectivas. México: Limusa Wiley.
- Zamorano, M (2002). Turismo Alternativo. México: Trillas.

Referencias Electrónicas

- CARTA INTERNACIONAL SOBRE TURISMO CULTURAL. www.internacional.icomos.org/tourism-sp.htm
- Santana, A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. www.scielo.br/pdf/ha/v9n20/v9n20a02.pdf
- UNESCO. (2003) Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001325/132540s.pdf>

Código de la Carrera:

Código:

SCC 417

Curso:

Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos

Naturaleza:

Teórico – Práctico

Nivel:

IV Nivel, VII Ciclo

Modalidad:

18 Semanas

Tipo de curso

Regular

Créditos:

3

Horas Semanales:

8

Horas Presenciales:

4 (2 Teoría – 2 Práctica)

Horas Estudio Independiente

4

Horas Docente:

4

Horas de atención a estudiantes:

1

Requisitos:

Contabilidad para Empresas Turísticas
Introducción a las Finanzas para Turismo
Mercadeo para Empresas Turísticas

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN

En la dinámica nacional e internacional actual, es indispensable que el profesional posea un amplio dominio del análisis y profundización del nuevo rol que desempeña la formulación y gestión de proyectos en turismo. La formulación de proyectos se ha convertido en una herramienta fundamental para cualquier profesional. El curso está orientado hacia el conocimiento de las técnicas para la formulación exitosa proyectos, aplicada al campo de la administración de empresas turísticas. Por un lado, se pretende conocer el origen e importancia de los proyectos, con un énfasis particular en la orientación de necesidades formales y técnicas de los proyectos. Y por otro lado, se busca analizar las principales etapas por las que pasan los proyectos con el fin de obtener resultados exitosos.

El curso es, tanto práctico como teórico, también tratará sobre la identificación de necesidades empresariales en la Región Chorotega, con el propósito de formular proyectos turísticos dirigidos a las comunidades con cierto grado de potencialidad para ser incorporada al desarrollo socioeconómico regional. El curso introduce el marco conceptual y estructural de un estudio de factibilidad, posibilidad y viabilidad, aplicando los métodos y técnicas de investigación existentes, para identificar y formular los proyectos necesarios en la zona, dando especial énfasis a la participación local o comunitaria, así como actividades propias de la región que se deseen impulsar dentro del sector turismo alternativo, con el propósito de aprovechar oportunidades.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible,

equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad y direccionar el conocimiento hacia el énfasis definido por el estudiante.

Objetivo General

Analizar las principales técnicas y herramientas para la formulación y evaluación de proyectos que permita generar una serie de conocimientos, actitudes y aptitudes para una administración efectiva de los mismos. .

Objetivos Específicos

- Describir el marco conceptual de la formulación y evaluación de proyectos en el campo turístico
- Estudiar los procesos de promoción, negociación y financiamiento de proyectos turísticos en el campo específico de acción.
- Conocer las principales técnicas de negociación utilizadas en la administración de proyectos hoteleros.

CONTENIDO

1. Marco conceptual de la formulación y gestión de proyectos
2. Ciclo de vida de los proyectos
3. Tipología de los proyectos
4. Terminología y atributos de la administración de proyectos
5. Identificación de necesidades de proyectos
6. Objetivos y metas de los proyectos
7. Propuestas de proyectos
8. Estudio de Mercado
9. Caracterización del Proyecto
10. Localización del proyecto y estudios de suelo.
11. Identificación de fuentes de financiamiento.
12. Estructuras de perfiles de proyectos para entidades financieras, ICT, ONG, otros.
13. Estimación de costos y beneficios del proyecto.
14. Elaboración de estados de pérdidas o ganancias y flujos de efectivos.
15. Estudio técnico.
16. Estudio organizacional, tributario y legal
17. Las inversiones del proyecto.
18. Criterios de evaluación del proyecto.
19. Análisis de riesgo y sensibilidad.
20. Las herramientas informáticas en la formulación y evaluación de proyectos
21. Actividades extracurriculares

BIBLIOGRAFÍA

- Cleland, D.I. (1999). Project Management, 3rd ed., McGraw Hill, New York, USA.
- Gido J. y Clements, J. (2003) Administración Exitosa de Proyectos. Thomson editores, México.
- Hernández, A. (2003) Formulación y evaluación de proyectos. México.
- ICAP. (2002) Manual de formulación de proyectos. San José, Costa Rica.

- Sapag, Nassir y Sapag, R. (2000). Preparación y evaluación de proyectos. Chile: Editorial Mc Graw Hill. New York, U.S.A.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial en Turismo Sostenible.

Código de la Carrera

Código:	SCC 416
Curso:	Legislación para Empresas Turísticas
Naturaleza:	Teórico- Práctico
Nivel:	IV nivel –VII Ciclo
Modalidad:	Ciclo de 18 semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	4 (2 Teoría – 2 Práctica)
Horas Estudio Independiente	4
Horas Docente:	4
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Gestión de Recursos Humanos para Empresas Turísticas Seminario de Organización Comunal

Nombre del docente:

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso busca desarrollar un análisis de la legislación nacional aplicado a la actividad empresarial del turismo, vinculada a la realidad política, social, económica e institucional del país y de la región. Pretende que el estudiante conozca la legislación que regula la actividad turística costarricense, y analice las instituciones y las políticas institucionales sobre esta materia.

El curso ofrece al estudiante el manejo de las principales normas jurídicas que regulan la actividad turística costarricense, desde la perspectiva laboral, comercial, tributaria, de incentivos, de ordenamiento y protección de recursos naturales. Además, pretende explorar diferentes formas en que las comunidades pueden organizarse con fines turísticos.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Analizar las normas jurídicas más importantes aplicables a la actividad empresarial turística en Costa Rica, dando énfasis al impacto de las mismas en el éxito

empresarial del turismo sostenible, tomando la Región Chorotega, como caso de estudio.

CONTENIDO:

- La actividad turística como objeto de regulación jurídica: Ley de Industria Turística y Reglamentos a Empresas y Actividades Turísticas.
- Reglamento a la Ley de Licores.
- Legislación laboral y su aplicación al turismo.
- Derecho comercial aplicado al turismo en Costa Rica.
- Derecho tributario y financiero aplicado al turismo.
- La zona marítima terrestre: leyes y reglamentos.
- Ley de incentivos para el desarrollo turístico: incentivos, beneficios, el contrato turístico, prohibiciones.
- Ley orgánica del ambiente, ordenamiento territorial, áreas silvestres protegidas.
- Reglamento para empresas de hospedaje.
- Concesión de patentes y permisos.
- Ley de pesca y acuicultura.
- Reglamento para eventos internacionales.

METODOLOGÍA

El desarrollo del curso contempla clases magistrales con lecturas previas asignadas, discusiones en clase, análisis de lecturas, atención y resolución de casos administrativos y sentencias judiciales. Se asigna un trabajo de investigación sobre un tema relacionado con el turismo que deberá exponerse en clase para su discusión y evaluación.

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Legislativa (1943). Ley No. 2, Código de Trabajo. Gaceta 192, San José, CR.
- Decreto 3284, Asamblea Legislativa (1964). Código de Comercio. Gaceta 119, San José, CR.
- Decreto 6758 (1996). Ley Reguladora del Proyecto Turístico del Golfo de Papagayo. Gaceta No. 173, San José, CR.
- Decreto Ejecutivo 17757 (1987). Reglamento a la Ley de Licores. San José, CR.
- ICT. 1997. Normas que regulan las empresas y actividades turísticas. Edit. Janet. San José, CR.
- Ley Sobre la Zona Marítimo Terrestre y su Reglamento.
- Ley Orgánica del Instituto Costarricense de Turismo No. 1917 (1955). Diario oficial La Gaceta No. 175 de agosto de 1955. San José, CR.
- Ley Zona Marítimo Terrestre (1977). Gaceta No. 3, enero 1978
- Ley de Incentivos para el Desarrollo Turístico (1992). Diario oficial La Gaceta No. 66, abril 1992. San José, CR.
- Ley Orgánica del Ambiente.
- Quesada Renato. 2000. Elementos del Turismo. Edit. EUNED. San José, CR.

- Vargas Alex y Leiva Alvaro. 1993. Compendio de legislación Turística. Editorial IJ S.A. San José, CR.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 418
Curso:	Práctica Profesional Supervisada
Naturaleza:	Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	12
Horas Semanales:	32
Horas Presenciales:	2
Horas Práctica:	28
Horas Estudio Independiente	2
Horas Docente:	8
Horas de atención a estudiantes:	2
Requisitos:	70% de los créditos de la carrera aprobados, dentro de ese porcentaje deben estar los cursos: Expresión Oral I: Perspectivas del Turismo Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos

Nombre del docente:

DESCRIPCION DEL CURSO:

El presente curso consiste en una práctica académica, la cual es supervisada, que busca consolidar los conocimientos técnicos y destrezas adquiridas, así como el desarrollo de actitudes y valores. Es una experiencia que realiza el (la) estudiante en el ámbito específico de aplicación de su especialidad disciplinaria o profesional, en este caso en el contexto de una empresa o actividad de turismo alternativo, y a su vez, un espacio de aprendizaje que le posibilita la proyección social, laboral, y el establecimiento de relaciones teóricas, metodológicas y técnicas con la realidad. Todo lo cual tiene un impacto significativo en su formación integral.

El curso es de naturaleza práctica. El esquema de trabajo requiere un esfuerzo profesional, disciplinado, además de una actitud creativa e innovadora, con mucha disposición al mejoramiento continuo, característica inherente al profesional con rasgos de excelencia en sus funciones, emprendedor, en permanente estudio y análisis del entorno para una mejor concepción de las oportunidades que se le presentan.

La Práctica Profesional Supervisada, como estrategia metodológica, pretende integrar los conocimientos del área de turismo, mediante la incorporación del (la) estudiante a su contexto interno y a la comprensión de la naturaleza y

características del entorno de estas empresas que gestionan su accionar en el sector turismo.

Los (las) estudiantes de la carrera de Gestión Empresarial del Turismo Sostenible podrán llevar a la práctica el proceso teórico recibido durante su formación académica en la universidad, obtener experiencia laboral y principalmente, transmitir su conocimiento como asesoría a este tipo de organizaciones, como un aporte del estudiante y la universidad a la sociedad.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Aplicar e integrar los conceptos teóricos, las herramientas metodológicas, técnicas y actitudes personales que se han desarrollado en el cumplimiento de la formación académica – profesional en Turismo, mediante la incorporación del (la) estudiante a una empresa turística, para que pueda contribuir a su formación profesional y a la transformación productiva de este tipo de organizaciones, promoviendo la búsqueda de mejores niveles de competitividad.

CONTENIDO TEMATICO:

Aplicación práctica en una empresa o actividad de turismo de los conceptos teóricos analizados en el desarrollo del plan de estudios, y que están relacionados con el proceso administrativo de este tipo de empresas que gestionan sus actividades en el sector turístico.

METODOLOGIA

La práctica pretende que el futuro profesional ejercite no solo sus conocimientos, sino también que genere aportes importantes a la organización receptora, lo cual puede abordarse desde dos modalidades, a saber:

- **Modalidad 1: Cumplimiento de funciones de gestión técnica y administrativa en una empresa o actividades de turismo.** El (la) estudiante se incorpora a la organización receptora donde cumplirá la Práctica Supervisada, y procederá a cumplir con las funciones que le encomiende la organización, en coordinación con el profesor supervisor, en el entendido que deben ser funciones que le permitan aplicar los conceptos teóricos y prácticos recibidos durante su formación académica previa en la Universidad Nacional. El (la) estudiante deberá cumplir al menos 532 horas de labores en la organización.
- **Modalidad 2: Formulación y/o ejecución de un proyecto de gestión turística en una empresa o actividad de turismo alternativo, o en el contexto de un esfuerzo personal emprendedor para la puesta en marcha de una actividad de turismo alternativo:** Esta modalidad de práctica se puede desarrollar, escogiendo uno de los siguientes contextos:

- e) Formulación y ejecución de un proyecto de gestión turística y administrativa en una empresa. En esta situación, el (la) estudiante formula o interviene en un proyecto de interés para la organización. El objetivo básico del proyecto es identificar un problema de gestión en la organización para comprender su naturaleza, desarrollar la metodología adecuada de análisis, proponer acciones concretas para la solución de ese problema de gestión y ejecutarlas durante el periodo de Práctica Supervisada.
- f) El otro contexto, dentro de esta modalidad, es la formulación de un proyecto de turismo, asumiendo rol de emprendedor: En esta situación, el (la) estudiante podrá formular un proyecto, ubicándose en el papel de emprendedor, esto es, presentará un proyecto de inversión, de iniciativa propia, o realizará un plan de negocios para ese proyecto de generación de alternativas de turismo alternativo. En esta modalidad se autoriza un máximo de 2 estudiantes para un mismo proyecto.

BIBLIOGRAFIA

- Alcaraz, R. (2006). El Emprendedor de éxito: guía de planes de negocio. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Anzola, S. (1996). Administración de Pequeñas Empresas. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Baca, G. (2001). Evaluación de Proyectos. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Bermejo, M. & De la Vega, I. (2002). Crea tu propia empresa: estrategias para su puesta en marcha y supervivencia.
- Bowman, C. (2001). Planeamiento Estratégico. La esencia de la Administración Estratégica. Prentice Hall.
- Charles, L, Adrien, M.H. & Anderson, G. (2001). Mejorando el desempeño de las organizaciones. Método de auto evaluación. San José: Editorial Tecnológica.
- Foster, D. (1994). Ventas y Mercadotecnia para el profesional en Turismo. Distrito Federal: McGraw Hill.
- Gazel, L. (2001). Material Complementario para el Curso Preparación y Evaluación de Proyectos. San José: EUNED.
- Hernández, E. (2003). Proyectos Turísticos. Formulación y Evaluación de Proyectos. Editorial Trillas.
- Hernández, C. (1998). Análisis Administrativo. Técnicas y Métodos. San José: EUNED.
- Hill, C. & Jones, G. (1996). Administración Estratégica. Un enfoque integrado. Bogotá: McGraw Hill.
- Milio, I. (2004). Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. Madrid: Thomson.
- Pazos, E. (199). Metodología para la redacción de informes técnicos. San José: EUNED.
- Quesada, R. (2000). Elementos del Turismo. San José: EUNED.
- Rosales, R. (1999). Formulación y Evaluación de Proyectos. San José: ICAP.
- Sapag, N. & Sapag, R. (2000). Preparación y Evaluación de Proyectos. Santiago: McGraw Hill.

**DESCRIPTORES DE LOS CURSOS OPTATIVOS DEL ÉNFASIS EN URISMO
ALTERNATIVO**

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 4730
Curso:	Animación Turística
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCION

A través de este curso se pretende transmitir los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para desempeñar sus funciones como animador turístico, una actividad turística que requiere una permanente capacidad de planificación, organización y gestión.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

- Realizar actividades de animación dentro del ámbito del Turismo, dando un valor añadido a los productos turísticos y reforzando los planes de excelencia turística.
- Aportar los conocimientos para desarrollar la capacidad de gestión y coordinación de actividades para profesionales que desempeñan su actividad como animadores turísticos.

CONTENIDO

1. Turismo y ocio
2. El fenómeno del ocio
3. Departamento de animación
4. La figura del animador turístico
5. Psicología del Cliente
6. Calidad en el Servicio Turístico

7. La Comunicación
8. La Motivación
9. Equipo de Trabajo
10. Juegos en la animación turística
11. Planificación, programación y organización de actividades turísticas
12. Técnicas de Grupo
13. Seguridad e Higiene Laboral

METODOLOGIA

En este curso el profesor será un facilitador, un guía en los aprendizajes de los estudiantes. Se realizarán actividades diversas en las cuales el estudiante deberá demostrar dinamismo, compromiso y esfuerzo. Dentro de estas actividades sobresalen los simulacros, dinámicas, y ejercicios que son parte de la animación turística. Igualmente se requiere la realización de observaciones directas a centros turísticos donde se operen actividades de esta naturaleza. Por ello, es necesario la realización de giras de campo en donde se refuercen los propósitos del curso. Además, como parte de la dinámica de la clase, se realizarán actividades individuales y grupales como:

- Discusiones de materiales varios (lecturas, artículos, folletos, etc.)
- Tareas sobre tópicos relacionados.
- Mesa redonda.
- Exposiciones
- Dramatizaciones
- Trabajo de campo
- Charlas
- Visitas a establecimientos turísticos

BIBLIOGRAFIA

- Anzola, S. (1996). Administración de pequeñas empresas. México: Mc Graw-Hill.
- Baez C. Descripción de puestos en hoteles, restaurantes y bares. México: Compañía Editorial Continental.
- De la Torre, F. (2000). Administración hotelera. Primer Curso: división de cuartos. México: Trillas
- González, L. & Talón, P. (2002). Dirección hotelera: Operaciones y procesos. Síntesis.
- Instituto Costarricense de Turismo. (2003) Normas que regulan las empresas y actividades turísticas. San José, Costa Rica.
- Lattin, W. (2000). Administración moderna de hoteles y moteles. México: Trillas.
- Lambing, P. & Kuehl, C. (2002) Empresarios pequeños y medianos. España: Pearson.
- Ramírez, C. (2000) Hoteles, gerencia, seguridad y mantenimiento. México: Trillas
- Soler, J. (1999). Técnicas de gestión y dirección hotelera. Gestión 2000. Madrid España.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 4740
Curso:	Organización de Eventos y Actividades Turísticas
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCION

A través del desarrollo de este curso se pretende que el estudiante esté en capacidad de conocer y manejar las herramientas necesarias para Organizar un Evento Especial, desde la etapa del PRE - evento hasta el Post Evento, pudiendo organizar y aplicar cualquier dinámica grupal, y realizar Micro y Macro eventos. En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

1. Proporcionar al estudiante una visión general sobre la administración de Eventos y Actividades Turísticas.
2. Desarrollar en el estudiante las habilidades de la planeación, organización y toma de decisiones en la programación de eventos especiales.
3. Lograr que el estudiante comprenda la importancia de los Congresos y Convenciones en el mundo actual.

CONTENIDO

1. Importancia de los Congresos y Convenciones
2. Tipos de eventos
3. Funciones de un organizador de eventos
4. Fases para el desarrollo de un Congreso o convención

5. Mercado turístico actual para Congresos y convenciones
6. Enfoque hotelero para Congresos y Convenciones
7. Departamento de eventos especiales en hoteles
8. Promoción de eventos especiales
9. Promoción de Costa Rica en el mercado de los Congresos y Convenciones

METODOLOGIA

En este curso será necesario la participación pro- activa del estudiante. Se requiere un alto compromiso y una actitud positiva hacia el aprendizaje. Igualmente, el estudiante deberá demostrar dinamismo y entusiasmo en cada una de las actividades por realizar durante el curso. El curso se desarrollará desde dos perspectivas: la observación y el estudio de la temática por medio de discusiones de materiales varios (lecturas, artículos, folletos, etc.), tareas y asignaciones especiales, charlas, presentaciones; y simultáneamente, la asistencia a eventos varios en los cuales el estudiante pueda apreciar la organización y el resultado de los mismos. La otra parte es el componente práctico, en donde al estudiante le corresponderá planear, organizar y desarrollar un tipo de evento para una comunidad específica. El profesor será una guía o facilitador durante el proceso de aprendizaje.

BIBLIOGRAFIA

- Buendía, J. (1991) Organización de Convenciones, Congresos y Seminarios. México: Trillas.
- Hildred, R. (2002). Manual para profesionales en Congresos y Convenciones.
- Mc Intosh & Goeldner, R. (2002) Turismo: planeación, administración y perspectivas. Mexico: Limusa.
- Tonatiuh, C. (1991) Organización de Congresos y Convenciones. Mexico: Trillas.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 4750
Curso:	Turismo de Salud
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCION

EL TURISMO DE SALUD es de gran importancia hoy en día y su conceptualización se ha ampliado a no sólo hacer referencia a establecimientos donde se utilizan terapias con agua, sino que con el tiempo, el concepto se amplió a otras técnicas como la aromaterapia, masajes de distintos tipo, meditación, yoga, reiki, y muchos otros. Todo esto pretende combatir los males más típicos de estos tiempos, como la depresión y el estrés, así como rejuvenecer, adelgazar o mejorar el estado espiritual.

Es de suma importancia hablar de Turismo de Salud ya que es el Turismo del futuro y esta enfocado a resolver problemas que genera la vida cotidiana como estrés, neurosis, obesidad, todo en lugares agradables y especializados para ello.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

1. Difundir de manera breve los beneficios, ventajas y desventajas y efectos en la población y visitantes del Turismo de Salud como complemento del producto turístico costarricense.
2. Aportar los conocimientos para desarrollar la capacidad de gestión y coordinación de actividades para profesionales que desempeñan su actividad dentro del Turismo de Salud.
3. Conocer, valorar, y contrastar el desarrollo del Turismo de Salud en Costa Rica.

CONTENIDO

1. Introducción
2. Conceptualización
3. Disciplinas relacionadas con Turismo de Salud
4. A quién se dirige el Turismo de Salud
5. En donde se realiza el Turismo de Salud
6. Instituciones que regulan el Turismo de Salud
7. Salud del turista
8. Turismo por razones de salud
9. Planeación de actividades en Turismo de Salud
10. El Turismo de Salud a nivel mundial.
11. Costa Rica: destino turístico de Turismo de Salud

METODOLOGIA

El curso tiene una alta participación del estudiante en actividades varias en las que sobresale la visita a lugares con potencial para desarrollar el Turismo de Salud y también visitas a empresas turísticas que ya estén ofreciendo facilidades para la práctica de este tipo de turismo. Por ello, la realización de giras de campo es fundamental en el desarrollo de este curso. Asimismo, mediante la presentación, descripción, discusión, el estudiante podrá participar de forma individual y grupal. Las diversas temáticas se introducen por medio de clases magistrales, materiales escritos, visuales y actividades como conferencias y charlas. El profesor es el facilitador y el estudiante tendrá la mayor responsabilidad de su progreso.

BIBLIOGRAFIA

- Blasco B. T. (1994). El ejercicio como elemento de salud. En: Actividad física y salud. Barcelona: Martínez Roca.
- Dosil, J. (2004). Psicología de la Actividad Física y del Deporte. España: Mc Graw Hill.
- Gutiérrez, M. (1995). Desarrollo de valores sociales y personales en la actividad física y del deporte. Madrid: Gymmos.
- Gutiérrez T.; Raich, R. & Sánchez, D. (2003). Instrumentos de evaluación en Psicología de la Salud. España: Alianza Editorial.
- Instituto Costarricense de Turismo. (2003). Normas que regulan las empresas y actividades turísticas.
- International Life Sciences Institute. (1999). Los estilos de vida saludable. Belgica: ILSI Press & ILSI.
- Lambibg, P. (2002). Empresarios pequeños y medianos. México: Pearson Educación
- Munné, F. (1995). Una parte, llamada libre, del tiempo social y Cap. 5. La temporalidad en el tiempo libre. México: Trillas.
- Mc Intosh; Goeldner & Ritchie. (2002) Turismo: planeación, administración y perspectivas. México: Limusa.
- Sánchez, F. (1996). La actividad física orientada hacia la salud. España: Biblioteca Nueva.
- Vázquez, I.; Fernández, C. & Pérez, M. (1998). Manual de Psicología de la Salud. Madrid: Pirámide.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 4630
Curso:	Ambiente y Desarrollo Sostenible
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El desarrollo sostenible debe ser entendido como un círculo sobre el cual gira la frágil vida de nuestro planeta: medio ambiente y el desarrollo de los pueblos. El medio ambiente en todas sus formas de vida, animal, vegetal, es la base sobre la cual la humanidad busca no solo satisfacer sus necesidades básicas para sobrevivir sino también para desarrollarse plenamente.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

El objetivo del curso es presentar el proceso de evolución sobre las relaciones entre seres humanos y medio ambiente, a través de las teorías de desarrollo humano y el manejo de los recursos naturales, sus fallos y cómo se pueden llevar a cabo propuestas de solución en el ámbito local para fortalecer el desarrollo sostenible.

CONTENIDO

- Enfoque medioambiental: causas y viabilidad
- Conceptualización del desarrollo sostenible
- Enfoque económico del desarrollo sostenible
- Sostenibilidad biológica

- Enfoque político-social del desarrollo sostenible
- Medio ambiente y Crecimiento demográfico
- Conservación de la biodiversidad
- Seguridad alimentaria mundial
- Contaminación medioambiental
- Normativa ambiental
- Tecnología limpias
- Educación ambiental
- Panorama mundial: PNUMA

METODOLOGÍA

La metodología a desarrollar estará enmarcada en los siguientes aspectos:

- Elaboración de una investigación ambiental que evalúe la interacción entre la comunidad y su medio ambiente
- Exposiciones magistrales por parte del profesor
- Discusión dirigida de lecturas, mediante la integración de grupos en clase
- Exposiciones por parte de los estudiantes de los temas asignados
- Trabajo de campo en una comunidad de la región chorotega
- Discusión dirigida de temas de actualidad
- Análisis de estudios de caso

BIBLIOGRAFÍA

- Enkerlin, E y otros. (2000) Ciencia Ambiental y Desarrollo Sostenible. THOMSON. México.
- Miller, T. (2002) Ciencia Ambiental, Preservemos las Tierra. THOMSON. México.
- ONU. Declaraciones de Naciones Unidas (2003). "Estocolmo, RIO, Rio+5, RIO+10, y Johannesburgo 2002. Organización de Naciones Unidas. New Cork, USA.
- Quintero, H y otros. (2002) Ciencia, tecnología y Ambiente. THOMSON. México.

Código de la Carrera:	
Código:	SCC 4760
Curso:	Comunicación Efectiva
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCION

El presente curso se enmarca en la formación, renovación y creación de fortalezas para una comunicación efectiva, de tal manera que se llegue a potencializar el desarrollo humano y su bienestar común. Asimismo, se enfatiza en establecer la calidad de buenas relaciones interpersonales como base para canalizar una exitosa y efectiva comunicación entre las partes (emisor y receptor); además, promover mecanismos eficientes y efectivos en la comunicación.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

- Adquirir estrategias para una comunicación efectiva.
- Estudiar los diferentes tipos de comunicación y sus implicaciones.
- Aplicar técnicas para la solución de conflictos
- Aportar los conocimientos necesarios para la obtención de una comunicación precisa entre los diferentes actores del eje turístico.

CONTENIDO

1. Comunicación efectiva
2. Tipos de comunicación
3. Relaciones Humanas
4. Personalidades

5. Trabajo en equipo
6. Actitudes
7. Valores
8. Principios
9. Importancia de la comunicación en resolución de conflictos
10. Comunicación en las relaciones interpersonales
11. Niveles de comunicación (popular, técnicas, etáneo, por habilidades y destrezas, por limitaciones físicas)
12. Implicaciones relación de la comunicación efectiva en las relaciones interpersonales dentro del eje turístico

METODOLOGIA

El presente curso se lleva a cabo por medio de una formación de conocimientos de una manera constructivista, ya que el estudiante analizará la temática de acuerdo con el entorno real de cada uno de ellos, tomando en cuenta su vida cotidiana, su entorno familiar, su lugar de trabajo y principalmente su enfoque turístico. Las técnicas de aprendizaje serán por medio de talleres interactivos, debates, mesas redondas, trabajos experimentales, trabajos de campo, casos específicos, entre otros. Por lo tanto, las discusiones de cada tema, enriquecerán el aprendizaje en cada sesión de trabajo.

BIBLIOGRAFIA

- Anderson, M. (2001). Desarrollo de la Inteligencia. Mexico: Oxford University Press.
- Aspe, V. & López, A. (1999). Hacia un Desarrollo Humano. Mexico: Noriega Editores.
- Borden, G. & Stone, J. (1982). La comunicación humana: el proceso de interrelación. Argentina: El Ateneo.
- Borrel, F. (1996). Comunicar bien para dirigir mejor. España: Ediciones Gestión 2000, S.A.
- Catret, A. (2001). ¿Emocionalmente inteligente? España: Ediciones Palabra.
- Cruz, C. (2005). La vaca: una historia sobre deshacernos del conformismo y la mediocridad. Colombia: Taller del Éxito.
- Cuahtemoc, C. (2001). Leyes Eternas México: Selectos Diamante.
- Fernandez, C. (2001). La comunicación humana en el mundo contemporáneo. México.: McGraw Hill.
- Marshall, J. (1994). Motivación y Emoción. Madrid: McGraw Hill.
- Rodríguez, M; Fernández, J. (2000). Creatividad para resolver problemas. México: Pax.
- Silverstein, A. (1985). Comunicación humana: exploraciones teóricas. México: Trillas.
- Weil, P. (1993). Relaciones humanas en el trabajo y la familia. Argentina: Kapeluz.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 4600
Curso:	Técnicas de Negociación
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	IV Nivel, VII Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Optativo
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN

El curso pretende promover el desarrollo de habilidades y destrezas en el campo de las técnicas de negociación y la toma de decisiones. Se tiene como fin que el estudiante adquiera las técnicas como una capacidad de análisis sobre los diversos componentes de las negociaciones. De igual manera se busca que utilizando dichas técnicas, en un espacio de simulación como lo es el laboratorio, pueda llegar a manejar y/o controlar por un lado, el proceso y las etapas de las negociaciones y por otro, los eventuales resultados.

En la dinámica actual del entorno turístico es indispensable que el profesional posea destrezas básicas de negociación y toma de decisiones, con el fin de que pueda enfrentar exitosamente de forma sistémica y constructiva las limitaciones internas y externas de la organización empresarial que faciliten la consecución de los objetivos trazados en el negocio turístico.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVO

Desarrollar habilidades y destrezas en el campo de la negociación, y a la vez, señalar la valiosa función de las técnicas de negociación en las actividades empresariales y en distintos campos de la sociedad en general.

CONTENIDO

- Marco conceptual de negociación
- Teoría de la negociación
- Tipología de la negociación
- Enfoques de negociación: Distributiva-Integrativa
- Preparación de la negociación
- La comunicación en la negociación
- Propuestas de negociación
- El acuerdo
- Comportamiento del negociador
- Estrategias y tácticas de negociación
- Negociaciones profesionales y empresariales
- Liderazgo y negociación

METODOLOGÍA

Uno de los aspectos más relevantes del presente curso es la implementación de un laboratorio como espacio de simulación. Por lo tanto, la metodología del curso pretende en una primera fase, que el alumno tenga la oportunidad de revisar sus conocimientos y experiencias previas, reflexione sobre la insuficiencia vivida y genere expectativas apropiadas y se plantee el problema de aprender como una actividad internacional. En una segunda fase, la información nueva se presenta dando oportunidad para que los estudiantes la construyan conjuntamente entre sí y con el profesor, basados en experiencias reales y recientes, permitiendo al estudiante tener oportunidades para que integre, amplíe y consolide la información.

BIBLIOGRAFÍA

- Fisher, R. & Ury, W. (2000) Obtenga el Sí. PENGUIN.
- Fisher, R. & URY, W. (1994) Sí...de acuerdo. ¿Cómo negociar sin ceder? Colombia: Norma.
- Fleming, M. (1996). Aprenda a negociar con éxito. España: Plaza y James.
- Kennedy, G. y otros. (1991) ¿Cómo negociar con éxito? España: Deusto.
- Lauren, L. (1991). Las negociaciones profesionales y empresariales. Deusto. España.
- Rostchchild, W. (1998) Las cuatro caras del liderazgo estratégico. Argentina: Machi.

UNIVERSIDAD NACIONAL
Sede Regional Chorotega
Carrera Gestión Empresarial del Turismo Sostenible.

Código de la Carrera:

Código:	SCC 4
Curso:	Turismo Rural
Naturaleza:	Teórico – Práctico
Nivel:	III Nivel, VI Ciclo
Modalidad:	18 Semanas
Tipo de curso	Regular
Créditos:	3
Horas Semanales:	8
Horas Presenciales:	3 (2 Teoría – 1 Práctica)
Horas Estudio Independiente	5
Horas Docente:	3
Horas de atención a estudiantes:	1
Requisitos:	Ninguno
Nombre del docente:	

DESCRIPCIÓN

Este es un curso que brinda la oportunidad al estudiante de explorar en el conocimiento de los aspectos fundamentales relacionados con el turismo rural y ecológico desde el punto de vista de la sostenibilidad y como factor de desarrollo local. Se estudia los conceptos y antecedentes del turismo rural, experiencias nacionales e internacionales de la actividad, los beneficios y riesgos de la misma y las características primordiales de la oferta y demanda turística rural. Igualmente, se analiza el agroturismo y la ecología como una modalidad de la actividad y las alianzas estratégicas entre organizaciones que buscan fortalecer la actividad de turismo rural. Todo lo anterior desde la perspectiva empresarial y la del cliente potencial. El curso se desarrolla con elementos teóricos que se integran con la práctica en trabajos de campo que concretizarán los aprendizajes de los estudiantes.

En este curso el profesor (a) debe incorporar en las actividades y temáticas programadas la aplicación de los ejes transversales (o algunos de ellos) definidos en la Sede como son: ambiente y cultura ambiental, desarrollo humano sostenible, equidad, género, diversidad cultural, empresarialidad.

OBJETIVOS

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

1. Identificar las diferentes dimensiones del turismo rural, resaltando su repercusión como elemento impulsador del desarrollo rural.

2. Reconocer los componentes fundamentales de la oferta turística, partiendo de la importancia de hacer compatibles la conservación de los recursos naturales y el desarrollo de servicios turísticos con calidad.
3. Conocer las herramientas necesarias para lograr una gestión competitiva de los negocios y actividades en una empresa de turismo de naturaleza.
4. Analizar las perspectivas del desarrollo del turismo rural en Costa Rica, tomando en cuenta las experiencias existentes en este campo y las características que componen el producto turístico nacional.
5. Proponer actividades de desarrollo tendientes a fortalecer el turismo rural desde una perspectiva responsable y de servicio a la comunidad, partiendo de los recursos turísticos disponibles.
6. Definir la importancia de establecer una actuación conjunta entre las instituciones públicas y las iniciativas privadas para realizar propuestas de gestión del turismo en una zona rural donde se integre la participación activa de la población en cuestión.

CONTENIDOS

1. Fundamentos, generalizaciones, marco conceptual y recursos del turismo rural.
2. Beneficios del turismo rural (para la comunidad local y el visitante)
3. Requerimientos para el desarrollo del turismo rural.
4. Tipos de Turismo Rural: El Agroturismo.
5. Desarrollo sostenible del turismo rural: La experiencia nacional e internacional.
6. Oferta del Turismo Rural: Atractivos, servicios y equiparamiento.
7. La demanda del turismo rural: El perfil del turista rural
8. El papel de las organizaciones públicas y privadas en el desarrollo del turismo rural: incentivos públicos y programas aplicables al turismo rural.
9. La gestión empresarial en el medio turístico rural.
10. Planeación y elaboración de actividades y rutas turísticas en zonas rurales.

METODOLOGIA

El estudiante, por medio de observaciones, discusiones y comentarios sobre diversos temas relacionados con el turismo rural, analizará la importancia del desarrollo de esta modalidad de turismo, como factor fundamental para el progreso de las comunidades y sus pobladores. Las giras de campo están contempladas aquí como un medio para analizar la realidad actual de nuestro país en materia de turismo rural. Este tipo de experiencias son primordiales para formar un criterio sobre el tema. Por ello, el estudiante trabajará en equipo con el fin de realizar proyectos de investigación que propongan alternativas de desarrollo en este campo. También, el comentario de noticias, videos y artículos afines a la temática del curso, servirán de base para la realización de diferentes tareas y asignaciones. Tanto la participación individual como en grupo ayudarán a enriquecer las discusiones en clase. La calidad de dicha participación es fundamental. El estudiante es responsable de cumplir con las lecturas asignadas, las tareas, investigaciones y asignaciones recomendadas.

BIBLIOGRAFÍA

- ACTUAR. (2006). Turismo Rural Comunitario en Costa Rica.
- Ávila Reyes. (2002). Turismo Sostenible. España: Lepala.
- Casasola, Luis. (1990). Turismo y Ambiente. México: Trillas.
- COOPRENA. (2002). Manual de Criterios y Estándares para el Agroecoturismo Comunitario en Costa Rica. San José, Costa Rica.
- Furst, E. & Wolfgang, H. (2002). Turismo de Larga Distancia y Desarrollo Regional en Costa Rica. Costa Rica: Departamento Económico de Investigaciones (DEI).
- Gastreich, Karin. (2000) Aprendamos en el aula verde. Costa Rica: Heliconia.
- Mediano, L (2004) Gestión de Marketing en el Turismo Rural. España: Pearson Educación.

Referencia Electrónica

- Guereña, A. (2005). Turismo Rural Comunitario: El Mejor Destino. Revista Parlamentaria 13 (2).
- <http://asamblea.go.cr/biblio/revista.html>