

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

HOTELERÍA

PLAN DE ESTUDIOS  
+  
CONTENIDOS MÍNIMOS

UNIVERSIDAD DE  
**Belgrano**  
BUENOS AIRES - ARGENTINA

**Licenciatura en Hotelería**  
**Resolución N° 086/11**  
**Tabla general de asignaturas del Plan de Estudios y Obligaciones Académicas**  
**(Ajuste 2012)**

Asignatura	Horas cátedra semana-les	Carga horaria total en horas cátedra	Carga horaria total en horas reloj	Correlatividades
<b>1er. Año</b>				
Administración General	6	96	72	-
Contabilidad Hotelera	5	80	60	-
Inglés I	6	96	72	-
Relaciones Públicas	4	64	48	-
Instituciones del Derecho	4	64	48	-
Organización Hotelera	4	64	48	-
Práctica Profesional I	4	64	48	Organización Hotelera
Protocolo y Ceremonial	4	64	48	-
Metodología de la Investigación Social	3	48	36	-
Prueba de Nivel de Inglés	-	-	-	-
Prueba de Nivel de Informática	-	-	-	-
Taller de Profundización del Conocimiento		-	48	
<b>Subtotal anual horas reloj</b>			<b>528</b>	
<b>2do. Año</b>				
Costos Aplicados a Hotelería	6	96	72	-
Inglés II	6	96	72	Inglés I
Alimentos y Bebidas	5	80	60	-
Estadística	4	64	48	-
Sistemas de Información y Tecnología aplicadas a Hotelería	4	64	48	Práctica Profesional I
Práctica Profesional II	4	64	48	Práctica Profesional I
Organización Internacional del Turismo	4	64	48	-
Principios de Micro y Macroeconomía	5	80	60	-
Gestión de la Calidad en Servicios Hoteleros	4	64	48	Práctica Profesional I
Materia Optativa de Formación General (MOFG) 1	2	32	24	-
Participación en Jornadas y Congresos	-	-	23	-
<b>Subtotal anual horas reloj</b>			<b>551</b>	
<b>3er. Año</b>				
Habilitación Profesional I	4	64	48	Práctica Profesional II
Planeamiento Hotelero	4	64	48	-
Marketing Hotelero	4	64	48	-
Inglés III	6	96	72	Inglés II
Planificación y Organización de Eventos	4	64	48	-
Ingeniería y Mantenimiento de Hoteles	4	64	48	-
Portugués I	6	96	72	-
Administración de Recursos Humanos	5	80	60	-

Ventas y Comercialización	5	80	60	Marketing Hotelero
MOFG 2	2	32	24	-
MOFG 3	2	32	24	-
Participación en Jornadas y Congresos	-	-	23	-
<b>Subtotal anual horas reloj</b>			<b>575</b>	
<b>TÍTULO INTERMEDIO: TÉCNICO EN HOTELERÍA</b>		<b>Total Horas</b>	<b>1.654</b>	
<b>4to. Año</b>				
Inglés IV	6	96	72	Inglés III
Portugués II	6	96	72	Portugués I
Investigación de Mercados	4	64	48	-
Evaluación de Proyectos Hoteleros	4	64	48	-
Higiene en Operaciones Hoteleras	4	64	48	Habilitación Profesional I
Desarrollo Turístico Sustentable	4	64	48	Habilitación Profesional I
Habilitación Profesional II	4	64	48	-
Taller de Trabajo Final de Carrera	2	32	24	-
MOFG 4	2	32	24	-
MOFE 1	4	64	48	-
MOFE 2	4	64	48	-
Participación en Jornadas y Congresos	-	-	45	-
Trabajo Social Profesional	-	-	200	-
Desarrollo del Trabajo Final de Carrera	-	-	250	
Prueba de Lecto-comprensión de Inglés	-	-	-	-
Defensa del Trabajo Final de Carrera	-	-	-	-
<b>Subtotal anual horas reloj</b>			<b>1.023</b>	
<b>TOTAL DE LA CARRERA EN HORAS RELOJ</b>			<b>2.677</b>	
<b>Título final: LICENCIADO EN HOTELERÍA</b>				

#### Listado de MOFE:

Asignatura	Carga horaria semanal	Correlatividades
Enología	4	-
Recreación y Animación Turística	4	-
Tablero de Comando para Hoteles	4	-
Derecho aplicado a la Industria Turística y Hotelera	4	-
Arquitectura y Decoración de Hoteles y Restaurantes	4	-
Marketing para Turismo	4	-
Calidad de Servicios Turísticos	4	-
Diseño del Menú	4	-

#### Contenidos mínimos de las asignaturas

##### 1er. Año

##### ADMINISTRACIÓN GENERAL

Características y complejidades de la disciplina. Las organizaciones: concepto, enfoque y funcionamiento. Los procesos de planeamiento, información, decisión, influencia, eficiencia,

medición, aprendizaje y ajuste. Estructura: diseño y manejo. Liderazgo. Comunicación. Trabajo en equipo. Tablero de comando.

#### CONTABILIDAD HOTELERA

Conceptos introductorios. La función y el proceso contable en la organización. Estados contables, su concepción y registración. Estados financieros. Estados de pérdidas y ganancias. Balance de situación. Estado de origen y aplicación de fondos. Ratios y análisis financiero. Estados consolidados. Balances proyectados. Presupuestos y control presupuestario. Métodos de costeo: costo histórico, costos estándares, costos basados en las actividades. Costos de una carrera económica.

#### INGLÉS I

Manejo del lenguaje social, técnico y ocupacional del ámbito del área hotelera en lengua inglesa. Introducción a la Administración Hotelera. Lenguaje específico. Tipos de hotel y actividades hoteleras. Expresiones de ubicación. Servicios y características especiales. Procedimientos y sistemas de computación para la Recepción (Front Office). Reservas. Checkin y Checkout. Departamento de alimentos y Bebidas. Principios. Servicio de cuartos.

#### RELACIONES PÚBLICAS

Concepto de Relaciones Públicas. Evolución de las Relaciones Públicas durante el siglo XX. Marketing y Relaciones Públicas. Las funciones de las Relaciones Públicas: promoción de productos y marcas y cuidado de la Imagen Institucional. Herramientas de Relaciones Públicas: comunicación institucional, gestión de prensa, lobbying, imagen empresaria, etc.

#### ORGANIZACIÓN HOTELERA

Hotelería, orígenes y desarrollo. La estructura hotelera. Clasificación de los tipos de alojamiento. Niveles de servicio. Tipos de propiedades. Categorización. Estructura básica de dirección. Los departamentos del hotel.

#### INSTITUCIONES DEL DERECHO

Aspectos conceptuales básicos del derecho. El derecho constitucional. La Constitución Argentina. La organización del gobierno nacional. Derecho civil. Concepto. El código civil argentino. Persona., domicilio, capacidad e incapacidad. Fin de la existencia de las personas visibles. Personas jurídicas. El patrimonio. El hecho como fuente del derecho. Derechos reales. Concepto y evolución de la familia. Sucesiones. Derecho administrativo. Hechos y actos administrativos. Legislación de reforma del Estado.

#### PROTOCOLO Y CEREMONIAL

Lineamientos básicos de protocolo en distintas áreas profesionales. El campo de la diplomacia. El protocolo en ámbitos gubernamentales y empresariales. Aspectos diferenciales del protocolo en distintos tipos de eventos: recepciones, congresos, convenciones, lanzamientos de productos, etc. El protocolo y el ceremonial en la empresa hotelera.

#### PRÁCTICA PROFESIONAL I

El hotel. La gerencia General. La Gerencia de recepción. La Gerencia de habitaciones. La Gerencia de capacitación. La Gerencia de Alimentos y Bebidas. La Gerencia de Marketing y Ventas. La Gerencia administrativa. La Gerencia de personal. La Gerencia de ingeniería y mantenimiento.

#### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

Características del método científico. Inductivismo y Deductivismo. Estrategias de investigación: investigaciones exploratorias, descriptivas y experimentales. Diseños de investigación para las ciencias sociales. Análisis de los paradigmas epistemológicos actuales. Investigación cuantitativa y cualitativa. Fases de una investigación: delimitación del marco teórico, elaboración de hipótesis de trabajo. Diseño de la investigación: elección del tipo de prueba, recolección de datos. Análisis de los resultados. Elementos básicos para la elaboración de un informe de investigación.

## **2do. Año**

### **COSTOS APLICADOS A HOTELERÍA**

Costos: Concepto. Terminología básica. Elementos del costo. Métodos del costeo: histórico y estándar, variable por absorción, por procesos y por órdenes. Diseños de sistemas de costeo; diferencias según su propósito y el tipo de producción. La relación costo-volumen-utilidades. Costos para la toma de decisiones. Costos sumergidos y costos de oportunidad. Fijación de precios. Informes de costos. La administración y la reducción de los costos basados en las actividades.

### **INGLÉS II**

Registro de huéspedes. Sistemas. Formas de pago. Seguridad. Verbos y adjetivos de costo. Descripción de desayunos y comidas.

### **ALIMENTOS Y BEBIDAS**

Planificación y el control de las operaciones gastronómicas. Estructura y funcionamiento del departamento de alimentos y bebidas en los hoteles. Distintos puestos en el organigrama departamental y sus distintas funciones y responsabilidades.

Distintos tipos de operaciones gastronómicas en el país y en el mundo. Evolución gastronómica. La gastronomía hotelera. La cocina, instalación y organización. Conocimiento de las mercaderías. Nutrición. Estudios del menú. Cálculos de cocina. Métodos de cocción. Preparaciones básicas. Planeamiento del menú. Factores que controlan el planeamiento de un menú. Costos y control de costos. El precio. Análisis del menú. El menú de bebidas y de postre. Nutrición. El servicio respecto del menú. Las compras y la producción respecto del menú. Importancia de la excelencia de los servicios hoteleros para los diferentes mercados consumidores.

### **ESTADÍSTICA**

Estadística descriptiva. Probabilidades. Variables aleatorias. Principales distribuciones. Inferencia estadística. Pruebas de hipótesis. Estimación de parámetros. Muestreo. Regresión y correlación. Series cronológicas. Pronósticos. Números. Índices.

### **SISTEMAS DE INFORMACIÓN Y TECNOLOGÍA APLICADAS A HOTELERÍA**

Informática. Tecnologías de información y productividad. Introducción al desarrollo de sistemas en hotelería y en turismo. Los componentes físicos y logísticos de los sistemas informáticos. Los sistemas de información operativos en las empresas. Bases de datos. Redes. El impacto de la tecnología en la hotelería y el turismo. Nuevas tendencias. Aplicaciones.

### **PRÁCTICA PROFESIONAL II**

Asignatura práctica a través del desarrollo de casos y trabajos de campo. Se desarrollarán todas las variables de los Sistemas Informáticos en las empresas hotelero/gastronómicas.

### **ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TURISMO**

Introducción a la industria del Turismo. Análisis de las diferentes infraestructuras y regiones del planeta. Interrelación entre la sociedad humana y la naturaleza. El turismo como factor de desarrollo económico. Análisis de la organización internacional del turismo y sus diferentes componentes.

#### PRINCIPIOS DE MICRO Y MACROECONOMÍA

Teoría de la conducta del consumidor. Curvas de demanda e indiferencia. Efectos de la variación de precios y del ingreso en la conducta del consumidor. Efecto precio, sustitución y renta. Demanda individual y del mercado. Cambios en la cantidad demandada y la demanda. Elasticidades. Producción. Equilibrio. Teoría de la distribución. Determinación del precio de los factores de producción. Equilibrio general. Agregados económicos. Producto. Ingreso. Consumo. Inversión. Ahorro.

Macroeconomía clásica y keynesiana. Oferta y demanda monetaria. Gobierno. Economía abierta. Crecimiento. Ciclos económicos. Política económica y fiscal.

#### GESTIÓN DE LA CALIDAD EN SERVICIOS HOTELEROS

El concepto de calidad. El sistema de calidad. Su aplicación. Herramientas de gestión de la calidad total. Los costos en la calidad. Gestión por procesos. La calidad y los recursos humanos. La medición en la calidad de servicios.

### **3er. Año**

#### HABILITACIÓN PROFESIONAL I

Desarrollo y aplicación práctica en casos reales e ideales de la metodología y técnicas aprendidas con énfasis en el planeamiento estratégico y en la planificación del plan de negocios de la empresa y en el Plan de Marketing. Aplicación del sustento económico, comercial, de administración y finanzas al análisis de casos. Planes estratégicos y tácticas. Caso de investigación de elasticidad de precios. Caso de determinación de precios sin perder participación en el mercado. Caso de reducción de elevados costos de operación con procesos más eficientes.

#### PLANEAMIENTO HOTELERO

El concepto de planificación. Características. Análisis estratégico. Herramientas para el análisis y la toma de decisiones. El concepto de organización empresarial. La departamentalización. La planificación de los métodos de trabajo. Los sistemas de dirección. La cultura empresarial.

#### MARKETING HOTELERO

Concepto y función de la Comercialización estratégica y operativa. Variables de la Comercialización: producto, servicio, precio, venta, distribución, promoción, merchandising, publicidad, marca, post-venta, entre otras. Los procesos de decisión en Marketing. Comportamiento de la demanda y de la competencia. Modelo de flujo de la organización de la venta, administración de la publicidad, la promoción y el merchandising hasta el servicio de post-venta.

Enfoque estratégico del concepto del negocio. Marketing y cliente. Visión y misión comercial de la organización. Los distintos mercados, los comportamientos y modelos de comportamiento de los consumidores. Segmentación estratégica del mercado, criterios de elección, técnicas y procesos de segmentación. Marketing de concepto: contenido medular de la estrategia. Estrategia de participación de mercado, de comunicaciones y logística. Posicionamiento: concepto y aplicaciones. El proceso integrador del marketing Mix. Instrumentos evolutivos del marketing: Franchising, Outsourcing, Marketing Directo. Merchandising Estratégico. Marketing Action Plan.

**INGLÉS III**

La atención al cliente en el restaurant. Expresiones de uso y de explicación de comidas y bebidas. Deberes y responsabilidades. El arte de servir. Comidas especiales: vegetarianas, dietas, etc.

**PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS**

Herramientas para la organización de eventos. Planificación. Programación. Difusión. Negociación. Seguridad. Administración. Ceremonial. Organización. Relación con la prensa. Publicidad. Ambientación. Contrataciones. Marketing. Técnicas Creativas Empresariales. Recursos Psicológicos de Gestión para el Organizador.

**INGENIERÍA Y MANTENIMIENTO DE HOTELES**

Aspectos fundamentales. Organización del área. Funciones, procesos y procedimientos. Planeamiento, organización y control. Seguridad. Sistemas eléctricos. Acondicionamiento de aire, iluminación sistema de agua, manejo de la energía. Construcción y remodelación.

**PORTUGUÉS I**

Manejo del lenguaje social, técnico y ocupacional del ámbito del área hotelera en lengua portuguesa. Introducción a la Administración Hotelera. Lenguaje específico. Tipos de hotel y actividades hoteleras. Expresiones de ubicación. Servicios y características especiales. Procedimientos y sistemas de computación para la Recepción. Reservas. Departamento de Alimentos y bebidas. Principios. Servicio de cuarto.

**ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS**

Planeamiento estratégico de los recursos humanos. Capacitación y desarrollo. Inducción. Evaluación de desempeño. Motivación. Educación. Trabajo en equipo. Liderazgo. Satisfacción del personal. Reconocimientos.

**VENTAS Y COMERCIALIZACIÓN**

Dirección Comercial: Estilo y profesionalidad. Dedicación, dominio, funciones de planificación, coordinación, acción y control. Análisis sistemático de valor. Vivencia sistemática de valor. Dirección de Ventas: Aptitudes y actitudes. Análisis de la estructura de los clientes. Calidad de los clientes y su renovación. Administración, servicio de venta y posventa.

**4TO. Año****INGLÉS IV**

Expresiones de queja y disculpa por servicio deficiente o insatisfactorio. Servicios para congresos, sala de conferencias y convenciones. Equipamiento electrónico. Estructuras de medición de espacio y comparación. Marketing Hotelero. Brochures, publicidad, promociones.

**PORTUGUÉS II**

Registro de huéspedes. Sistemas. Formas de pago. Seguridad. Verbos y adjetivos de costo. Descripción de desayunos y comidas. La atención al cliente en el restaurante. Expresiones de uso y explicación de comidas. Deberes y responsabilidades. El arte de servir. Comidas especiales: vegetarianas, dietas, etc. Expresiones de queja y disculpa por servicio deficiente o insatisfactorio. Servicios para congresos, sala de conferencias y convenciones. Equipamiento electrónico. Estructuras de medición de espacio y comparación. Comercialización en Hotelería y Restaurantes. Publicidad y promociones.

### INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

El sistema de investigación de mercados. Propuesta de estudio. Proyecto de investigación. Tipos de investigación. Etapas preliminares. Fuentes de datos. Información secundaria. Muestreo. Medición y causalidad; proceso de medición; medición de actitudes; diseños causales. Obtención de información de los encuestados. Procesamiento de datos. Análisis univariado, bivariado y multivariado de información. Informes. Medición y pronóstico de la demanda. Investigación de productos y prueba de mercado.

### EVALUACIÓN DE PROYECTOS HOTELEROS

El estudio de proyectos. El proceso de preparación y evaluación. Estudio de mercado y técnicas de proyección. Estimaciones de costo. La determinación del tamaño del proyecto. Diseño de localizaciones. Las inversiones del proyecto. Los beneficios. Construcción de flujo de caja. Criterios de evaluación. Tasa de retorno. Análisis de riesgo. Análisis de sensibilidad.

### HIGIENE EN OPERACIONES HOTELERAS

Las causas y la prevención en la contaminación de alimentos. Problemas específicos en la industria hotelero/gastronómica. Higiene personal. Higiene de utensilios y herramientas en gastronomía. Higiene de los locales de preparación de comidas. Conocimientos básicos de biología.

### DESARROLLO TURÍSTICO RESPONSABLE

La filosofía moral del turismo responsable. Recursos sustentables. La necesidad de una responsabilidad. Cooperación entre organismos gubernamentales y mundiales. Estrategias para un desarrollo responsable del turismo. Control.

### HABILITACIÓN PROFESIONAL II

Desarrollo y aplicación práctica en casos reales e ideales de la forma de gerenciar, desde una perspectiva integral y sistémica. Metodologías de Management, aplicación orientada a potenciar desempeños individuales y grupales en el ámbito laboral. Desarrollo de juicio crítico acerca de las teorías y tendencias de Management analizadas durante la carrera. Técnicas de gerenciamiento y conducción de personas: Coaching, Negociación, Conducción de Reuniones, Resolución de Problemas y Toma de Decisiones, etc. La visión y el pensamiento sistémico, con eje en el desarrollo de las personas como ventaja competitiva. Los indicadores de desempeño de los equipos de trabajo, y su relación con el cumplimiento de los objetivos estratégicos del Hotel.

### TALLER DE TRABAJO FINAL DE CARRERA

Concepto de epistemología y metodología. Contextos de descubrimiento, justificación y aplicación.

Concepto de teoría científica, hipótesis y base empírica. Vocabulario científico; problemas de ambigüedad y vaguedad. Variables. Descripción y análisis de diferentes tipos de trabajo final de carrera que no constituyen una investigación. El trabajo final de carrera como investigación. Viabilidad del proyecto: alcance del problema y tiempo requerido. Modificación eventual del problema. Determinación de objetivos generales y específicos. Delimitación geográfica y temporal. Etapas: selección del tema, planteo del problema como punto de partida, encuadre teórico y formulación de hipótesis. Recolección de datos. Diferentes diseños y técnicas: observación documental, estudio de caso, entrevista, cuestionario, encuesta por muestreo. Respuesta al problema: análisis e interpretación de los datos (cuantitativos y cualitativos). Cuestiones relativas a la redacción y presentación del informe final (citado y referenciado) y a la defensa oral.

## **Materias Optativas de Formación Específica (MOFE)**

### **ENOLOGÍA**

Aspectos fundamentales del proceso de vinificación. Tipos de vinos. Uvas. Factores que intervienen en su calidad. El proceso de degustación. Vinos del mundo. Vinos argentinos. Destilados y fermentados. Servicio, relación entre bebidas alcohólicas y las comidas.

### **RECREACIÓN Y ANIMACIÓN TURÍSTICA**

La recreación y el tiempo libre. La animación turística. La dinámica de los grupos. Modelos de actividades y planes de animación. Implementación de un proyecto. Rentabilidad y costos de un proyecto de animación turística.

### **TABLERO DE COMANDO PARA HOTELES**

Las características del tablero de comando. Las cuatro perspectivas. La importancia de las mediciones. La estrategia en acción. Los temas y objetivos estratégicos. El mapa estratégico. Los vectores estratégicos. Arquitectura de indicadores. Las iniciativas. Métodos de desarrollo e implantación.

### **DERECHO APLICADO A LA INDUSTRIA TURÍSTICA Y HOTELERA**

El ámbito del derecho turístico. Su desarrollo en el mundo y en el país, el derecho comparado. La protección constitucional del turismo, competencia de las provincias y de la nación. La Ley Nacional de Turismo, y su decreto reglamentario. Su correlato con las normativas provinciales. La consagración del derecho del turista y sus medios legales de protección. El sistema de cruceros, el transporte marítimo, aéreo y terrestre, situación actual y legal vinculado con el turismo. Normas vinculadas con el desarrollo de la actividad. Aspectos a tener en cuenta en el desarrollo turístico vinculado con la hotelería.

### **CALIDAD EN SERVICIOS TURÍSTICOS**

El concepto de calidad aplicado a los destinos turísticos. El sistema de calidad. Su aplicación. Diseño de cuestionarios. Análisis y utilidad de los resultados. Los costos de la no calidad. Metodología de fidelización.

### **ARQUITECTURA Y DECORACIÓN DE HOTELES Y RESTAURANTES**

Los espacios públicos y privados. La funcionalidad. El estilo arquitectónico. Distribución del equipamiento. Adaptación de equipamiento alternativo. Posibilidades de montaje y desmontaje del equipamiento y la ambientación. Modelos de ambientación. Focos escénicos. Sonido e iluminación. Lugares de permanencia, tránsito y descanso. Áreas de recepción y servicios, señalética. Seguridad de evacuación.

### **MARKETING PARA TURISMO**

Distintos componentes del producto turístico. Las implicaciones para el marketing. Motivación del turista. Estrategias de marketing. Estrategias promocionales.

### **DISEÑO DEL MENÚ**

Planeamiento del menú. Factores que controlan el planeamiento del menú. Costos y control de costos. El precio. Análisis del menú. El menú de bebidas y de postres. Nutrición. El servicio respecto del menú. Las compras y la producción respecto del menú.

## **MATERIAS OPTATIVAS DE FORMACIÓN GENERAL**

Se dictarán las materias de formación general que forman parte de la oferta general de la Universidad, a elección de los alumnos. A continuación se presentan algunas de las opciones posibles:

**.- FILOSOFÍA**

La problemática filosófica. El hombre y la Filosofía. Alma y Cosmos en el mundo antiguo. El problema del principio y del movimiento. El hombre y las potencias cósmicas. Sujeto y mundo en la Edad Moderna. Razón y experiencia. Los objetos y el hombre en el mundo actual. Neoempirismo. Neopositivismo. Análisis del lenguaje. Los hechos y el lenguaje. Wittgenstein. Heidegger. La estructura ontológica de la existencia humana. Ser y tiempo. Modernidad y Postmodernidad. Reconstrucción del sujeto. La simulación de la cultura.

**.- MEDIOS DE COMUNICACIÓN y OPINIÓN PÚBLICA**

Los sistemas sociales y la comunicación: Teorías sobre la comunicación masiva. Estructura de los medios de comunicación masiva. Legislación y control. Naturaleza de la opinión pública. Elementos que inciden en la diversidad de opiniones. Teorías sobre opinión pública.

**.- ÉTICA**

El hombre y sus valores éticos. Necesidad de la reflexión sobre la cuestión moral: modernidad, postmodernidad. Presupuestos éticos. Moral pública y moral privada. Problemas morales en la actualidad: el valor de la vida, el aborto, la corrupción, los derechos humanos, etc. El hombre frente a las adicciones, a la tecnificación y al economicismo, como formas de vida. El problema de la diferencia: la discriminación. La vigencia de los valores éticos en el ámbito de las estructuras sociales, políticas, técnicas, educativas, etc. Ética, cultura y productividad.

**.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Concepto de ciencia. Ciencias fácticas y formales. Métodos deductivos y probabilísticos. Fases de una investigación: delimitación del marco teórico, elaboración de hipótesis de trabajo; diseño de la investigación: elección del. Tipo de prueba, recolección de datos, análisis de los resultados. Elementos básicos para la redacción de un informe de investigación.

**.- MOVIMIENTOS SOCIALES y POLÍTICOS DEL SIGLO XX**

La situación política y social del siglo XX. Movimientos políticos y sociales según su aparición histórica y/o posible simultaneidad. Fenómenos políticos más destacados: comunismo, fascismo, nazismo, movimientos del Tercer Mundo de los años 50 y 60 y su multiplicidad de actores. Comunismo Maoísta, movimientos de liberación de India, Egipto, Yugoslavia y los populismos de América Latina en sus expresiones más salientes. La caída del comunismo y la Revolución conservadora de los '80 y '90.

**.- PSICOLOGÍA POLÍTICA**

Comportamiento y análisis de la sociedad política. Los condicionantes psicológicos de la acción política; las masas y el comportamiento psicológico frente a las decisiones políticas.

**.- DEFENSA DEL CONSUMIDOR**

Enfoque de la legislación vigente en la argentina en defensa del consumidor. Implicancias de la ley en el comportamiento del consumidor.

**.- ANÁLISIS POLÍTICO-SOCIAL MUNDIAL**

Conocimientos sobre la situación política y social a escala mundial. Como se organizan y agrupan naciones. La organización e instituciones internacionales. El problema del trabajo.