

UNPA

Universidad Nacional
de la Patagonia Austral

Río Gallegos, 8 de noviembre de 2005

VISTO:

El Expediente N° 05379-R-05; y

CONSIDERANDO:

Que se tramita por el mismo la creación de la carrera Tecnicatura Universitaria en Turismo;

Que el proyecto académico se enmarca en el convenio suscripto entre el Gobierno de la Provincia de Santa Cruz, la Secretaría de Turismo de la Nación, la Administración de Parques Nacionales, la Municipalidad del El Calafate y la Universidad Nacional de la Patagonia Austral, para la implementación de la Escuela Superior de Turismo de El Calafate;

Que la oferta académica inicial de la Escuela de Turismo, estaría inicialmente comprendida por las carreras de Tecnicatura Universitaria en Turismo, Guía de Turismo y Licenciatura en Turismo;

Que el proyecto académico global contempla que los estudiantes puedan realizar un recorrido de materias comunes a las carreras del área y un trayecto de asignaturas específicas de la carrera elegida;

Que la propuesta curricular cuenta con evaluación de consultores externos, de acuerdo a la metodología establecida por el Consejo Superior;

Que la Tecnicatura Universitaria en Turismo contempla la profundización de capacidades y habilidades, como así también la incorporación de conceptos y el desarrollo de nuevas actitudes y posibilite una mejora sensible en la prestación de servicios y la instalación en la sociedad de una visión estratégica, que lleve a un crecimiento sostenido y ordenado de la actividad;

Que el Secretario General Académico, mediante Nota N° 508/2005 considera que la propuesta se ajusta a los requerimientos técnicos para el reconocimiento oficial y validez nacional del título;

Que la presente tramitación se encuadra en el inciso f) del artículo 44 del Estatuto de la Universidad;

Que en acto plenario se aprueba por unanimidad la creación de la carrera Tecnicatura Universitaria en Turismo y la aprobación de su plan de estudios;

POR ELLO:

**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA AUSTRAL
RESUELVE:**

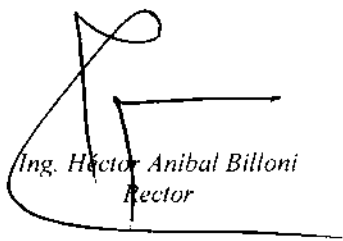
ARTICULO 1°: CREAR en el ámbito de la Universidad Nacional de la Patagonia Austral, la carrera Tecnicatura Universitaria en Turismo.

ARTICULO 2°: APROBAR el Plan de Estudios de la carrera Tecnicatura Universitaria en Turismo que como Anexo forma parte de la presente.

ARTICULO 3°: ELEVAR, a través de Secretaría General Académica, al Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación.

ARTICULO 4°: TOMEN RAZON Secretarías de Rectorado, Unidades Académicas, dése a publicidad y cumplido, ARCHÍVESE.


Adán H. Muñoz
Secretario Consejo Superior


Ing. Héctor Anibal Billoni
Rector

ANEXO

PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA TÉCNICO UNIVERSITARIO EN TURISMO

TITULO: TÉCNICO UNIVERSITARIO EN TURISMO

DURACION: 3 (TRES) AÑOS

CARGA HORARIA TOTAL: 2085 Horas

FUNDAMENTACION DEL NUEVO PLAN DE ESTUDIOS

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas de mayor crecimiento y mayor volumen de operación y en una oportunidad estratégica de recuperación productiva e integración social para aquellos que cuentan con los recursos naturales e histórico culturales básicos y con los recursos humanos lo suficientemente calificados y especializados para la preparación y ejecución de políticas de desarrollo.

Ello obliga a que la industria de la hospitalidad requiera, con más necesidad, de gente con visión y preparación en una amplia gama de conocimientos y actitudes. Cada vez más se están desechando los responsables de la administración que, en forma muy tradicional en el turismo, se hicieron en forma empírica. Es una realidad que las agencias, hoteles y restaurantes que se precien de ser competitivos, requieran en su personal, individuos con la suficiente capacidad y habilidad para poder cumplir con éxito los objetivos de su actividad.

La profundización de capacidades y habilidades, como así también la incorporación de conceptos y el desarrollo de nuevas actitudes, posibilitará una mejora sensible en la prestación de servicios y la instalación en la sociedad de una visión estratégica, lo que llevará a un crecimiento sostenido y ordenado de la actividad, en un marco de respeto e integración con el hábitat natural que nos rodea.

La formación obtenida por el Técnico Universitario en Turismo aspira a resultar una base sólida que le permita, en futuras instancias, profundizar sus conocimientos en el campo disciplinario específico y, eventualmente, alcanzar niveles de especialización, mediante cursos de grado o postgrado.

PERFIL DEL EGRESADO

Se espera que el Técnico en Turismo logre:

- Capacidad para actuar de acuerdo con los códigos de comportamiento social, empresarial y legal, adoptando las normas éticas y morales que la función exige. Asimismo tiene que comprender las distintas formas que adopta la actividad en los diferentes países.
- Conocimiento para utilizar correctamente razonamientos inductivos, deductivos y analógicos que faciliten la resolución de conflictos, por medio de la fundamentación científica en los procesos y sistemas tecnológicos.
- Conocimiento de la naturaleza social y económica de los fenómenos turísticos y sus variaciones en el tiempo y el espacio.
- Conocimiento y comprensión de la actividad turística como un todo, de modo tal que su quehacer contribuya al desarrollo del país, formulando, evaluando y desarrollando proyectos de nuevos productos de acuerdo al mercado local y cumpliendo la legislación correspondiente.
- Capacidad para la aplicación de los métodos e instrumentos del análisis económico y social en diversos contextos institucionales y espaciales.
- Capacidad para elaborar criterios que posibiliten el desarrollo de las teorías, modelos y métodos y su aplicación a la realidad Argentina.
- Capacidad para el diseño, dirección, ejecución y control de planes, programas y proyectos de turismo, teniendo siempre presente el impacto social, económico y ambiental que dicha actividad conlleva.
- Capacidad para la administración de los equipamientos turísticos para el logro de los servicios que satisfagan las demandas de la sociedad sin que por ello se perjudique el patrimonio natural y cultural de la región implicada.
- Capacidad para generar, liderar, gestionar y organizar emprendimientos tanto en el ámbito público como en el privado, ejecutando tareas técnicas, estratégicas y operativas en ambos.

ALCANCES DEL TITULO

El Técnico en Turismo egresado de la Universidad Nacional de la Patagonia Austral debe tener un comportamiento en la práctica profesional basado en principios éticos y propender al desarrollo sustentable cuidando la preservación del medio ambiente.

Se espera que el egresado logre:

- Dirigir empresas de turismo.
- Planificar, organizar, asignar recursos y supervisar los diferentes sectores de una empresa de turismo.
- Organizar y controlar la producción de servicios, así como la prestación de otros complementarios de información y asistencia al turista.
- Definir estrategias de comercialización
- Evaluar planes de inversión.
- Efectuar estudios de factibilidad
- Dirigir y liderar equipos de trabajo, supervisando y organizando sus tareas.
- Definir políticas de calidad y servicio.
- Cumplir con las disposiciones legales referidas al turismo y el cuidado de los recursos naturales y culturales.
- Relacionar los diferentes componentes del sistema turístico e interpretar las políticas del lugar en que se encuentra la empresa.
- Conocer y adecuarse a la modalidad de prestación de los servicios turísticos.
- Seleccionar y operar los distintos sistemas de reservas
- Diseñar y organizar congresos, exposiciones, ferias, etc.
- Efectuar y organizar controles estadísticos y contables.
- Preservar el bienestar de los pasajeros.
- Organizar actividades recreativas.
- Definir normas de uso de los diferentes espacios.
- Coordinar las excursiones y actividades recreacionales.

Los ámbitos previstos del desempeño profesional son los siguientes:

Establecimientos de hospedaje, de alimentos y bebidas, parques temáticos, centros históricos y culturales ocupando cargos directivos y de organización.

Empresas de servicios turísticos en instituciones empresariales y gubernamentales que planean, organizan y promueven el turismo a nivel regional, nacional e internacional.

Empresas, organismos e instituciones coordinadores y promotores de la actividad turística.

Cualquiera de las áreas de un hotel o empresa de hospitalidad ocupando cargos administrativos o gerenciales.

Centros académicos, participando en actividades de estudio e investigación referida a la administración y organización de empresas de la industria del turismo y la hospitalidad en general.

Forma independiente investigando y elaborando planes de promoción y desarrollo turístico.

Práctica independiente como consultor o empresario, asesorando organizaciones formales relacionadas al sector turístico.

CONSIDERACIONES GENERALES

El Plan de Estudios tiene una duración de 6 (seis) cuatrimestres con un total de 2085 horas.

Se trata de una Tecnicatura de modalidad presencial (o semi-presencial) con un conjunto de asignaturas teórico prácticas, y actividades de práctica en terreno. El periodo de práctica no se concentra al final de la carrera, sino que alterna con los periodos teórico-prácticos para hacer posible una interacción entre la teoría y la práctica que enriquezca e integre ambos aspectos de la intervención profesional. De esta manera, el contacto con la realidad permite al estudiante reflexionar sobre el entorno laboral, analizar sus problemas y extraer conclusiones prácticas que se discuten con el docente de la práctica, con el tutor del lugar de trabajo, con sus pares y también con otros docentes del sistema

formador. Así, el alumno estará en mejores condiciones de desempeñar sus funciones específicas.

ORGANIZACIÓN CURRICULAR

El Plan presenta 28 (veintiocho) espacios curriculares.

La proporción de tiempo previsto en la currícula a cada área de formación es la siguiente:

Formación Específica, 12 asignaturas, 38.13 % del tiempo

Formación en Humanidades, 7 asignaturas, 24.46 % del tiempo

Formación en Gestión, 1 asignatura, 2.88 % del tiempo

Formación en Economía, 3 asignaturas, 11.51 % del tiempo

Formación en Metodología, 2 asignaturas, 5.75 % del tiempo

Formación en Idioma, 3 asignaturas, 17.27 % del tiempo

Se ha logrado con esta distribución de la carga académica un perfil equilibrado en la formación, de acuerdo a los objetivos perseguidos.

El objetivo de empleabilidad del egresado se ha tenido particularmente en cuenta en el diseño del plan de estudio, a través del incremento de los contenidos específicos de la profesión y de una fuerte proporción en el tiempo dedicado al aprendizaje del idioma extranjero en el currículo.

La formación está compuesta por instancias teóricas y prácticas que están durante todo el trayecto curricular interconectadas, y se desarrollan de forma simultánea.

La instancia teórica proporcionará al estudiante el pasaje por núcleos temáticos teórico-prácticos, siendo un período de adquisición de conocimientos que den fundamento a su actividad específica en el área del turismo. La metodología didáctica utilizada en las asignaturas será activa y contemplará trabajos en pequeños grupos, talleres, métodos del caso, estudio de casos, aprendizaje basado en problemas, discusión, exposiciones de los profesores, presentaciones de experiencias, etc.

Otra instancia es el área de la práctica técnica específica. Está conformada por las Prácticas Profesionales que tendrán modalidad de práctica en terreno obligatoria y supervisada. El objetivo de esta instancia es permitir la transferencia de los aprendizajes profesionales contextualizados en distintos ámbitos de trabajo.

ESTRUCTURA CURRICULAR

Primer Año

Orden	Asignaturas	Dedicación	Carga Horaria Semanal	Carga Horaria Total	Correlatividad
-------	-------------	------------	-----------------------	---------------------	----------------

Primer Cuatrimestre

01	Introducción al Turismo	C	4	60	--
02	Procesos Históricos	A	4	60	--
03	Patrimonio Turístico: Circuitos I	A	4	60	--
04	Análisis y Producción del Discurso	A	2	30	--
05	Inglés I	A	4	60	--

Segundo Cuatrimestre

06	Geografía	C	4	60	--
07	Práctica Profesional I	C	4	60	--
03	Patrimonio Turístico: Circuitos I	A	4	60	--
04	Análisis y Producción del Discurso	A	2	30	--
05	Inglés I	A	4	60	--
02	Procesos Históricos	A	4	60	--

SEGUNDO AÑO

Orden	Asignaturas	Dedicación	Carga Horaria Semanal	Carga Horaria Total	Correlatividad
-------	-------------	------------	-----------------------	---------------------	----------------

Primer Cuatrimestre

08	Introducción al Derecho	C	4	60	04
09	Antropología	C	6	90	01 - 02
10	Introducción a la Economía	C	6	90	--
11	Introducción al Conocimiento Científico	C	4	60	--
12	Inglés II	A	4	60	05

Segundo Cuatrimestre

13	Ecología	C	3	45	03
14	Legislación Turística, Patrimonial y Ambiental	C	4	60	03 - 08
15	Servicios Turísticos	C	6	90	01
16	Ciencia, Universidad y Sociedad	C	4	60	--
12	Inglés II	A	4	60	05
17	Práctica Profesional II	C	4	60	07

TERCER AÑO

Orden	Asignaturas	Dedicación	Carga Horaria Semanal	Carga Horaria Total	Correlatividad
-------	-------------	------------	-----------------------------	---------------------------	----------------

Primer Cuatrimestre

18	Parques Nacionales, Áreas Protegidas y Uso Público	C	4	60	03 - 13 - 15
19	Ética y Deontología Profesional	C	4	60	04 - 16
20	Interpretación Ambiental y del Patrimonio: Circuitos II	C	4	60	03 - 09 - 15
21	Aspectos Políticos y Socioeconómicos del Turismo	C	4	60	01-09-16
22	Sociología	C	4	60	02 - 09
23	Inglés III	A	4	60	12

Segundo Cuatrimestre

24	Conservación de los Recursos Turísticos	C	4	60	14 - 18 - 20
25	Geografía Turística: Evaluación del Impacto Ambiental	C	4	60	06 - 18 - 20
26	Mercadotecnia, Marketing y Promoción Turística	C	6	90	22- 15
27	Técnicas de ventas y Atención al Cliente	C	4	60	15- 19
23	Inglés III	A	4	60	12
28	Práctica Profesional III	C	4	60	17

TOTAL DE HORAS: 2085

ESTRUCTURA CURRICULAR POR AREAS

AREA MATERIAS ESPECIFICAS

Código	Asignatura	Dedicación	Carga Horaria Semanal	Carga Horaria Total
	Introducción al Turismo	C	4	60
	Patrimonio Turístico. Circuitos I	A	4	120
	Servicios Turísticos	C	6	90
	Parques Nacionales, Áreas Protegidas y Uso Público	C	4	60
	Interpretación Ambiental y del Patrimonio. Circuitos II	C	4	60
	Legislación Turística, Patrimonial y Ambiental	C	4	60
	Geografía Turística. Evaluación de Impacto Ambiental	C	4	60
	Ecología	C	3	45
	Conservación de Recursos Turísticos	C	4	60
	Práctica Profesional I	C	4	60
	Práctica Profesional II	C	4	60
	Práctica Profesional III	C	4	60
TOTAL CARGA HORARIA ÁREA DE MATERIAS ESPECIFICAS				795

AREA HUMANIDADES

Código	Asignatura	Dedicación	Carga Horaria Semanal	Carga Horaria Total
	Geografía	C	4	60
	Procesos Históricos	A	4	120
	Análisis y Producción del Discurso	A	2	60
	Introducción al Derecho	C	4	60
	Antropología	C	6	90
	Ciencia, Universidad y Sociedad	C	4	60
	Sociología	C	4	60
CARGA HORARIA TOTAL AREA HUMANIDADES				510

AREA GESTIÓN

Código	Asignatura	Dedicación	Carga Horaria Semanal	Carga Horaria Total
	Técnicas de Ventas y Atención al Cliente	C	4	60
CARGA HORARIA TOTAL AREA GESTIÓN				60

AREA ECONOMÍA

Código	Asignatura	Dedicación	Carga Horaria Semanal	Carga Horaria Total
	Introducción a la Economía	C	6	90
	Aspectos políticos y socioeconómicos del turismo	C	4	60
	Mercadotecnia: Marketing y Promoción Turística	C	6	90
CARGA HORARIA TOTAL AREA ECONOMIA				240

AREA METODOLOGÍA

Código	Asignatura	Dedicación	Carga Horaria Semanal	Carga Horaria Total
	Introducción al Conocimiento Científico	C	4	60
	Ética y Deontología Profesional	C	4	60
CARGA HORARIA TOTAL AREA METODOLOGÍA				120

ÁREA IDIOMAS

Código	Asignatura	Dedicación	Carga Horaria Semanal	Carga Horaria Total
	Ingles I	A	4	120
	Ingles II	A	4	120
	Ingles III	A	4	120
CARGA HORARIA TOTAL AREA IDIOMAS				360

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL POR ÁREAS

Áreas	Carga Horaria	Porcentual
Área de Materias Específicas	795	38.13
Área de Humanidades	510	24.46
Área de Gestión	60	2.88
Área de Economía	240	11.51
Área Metodología	120	5.75
Área de Idiomas	360	17.27
CARGA HORARIA TOTAL	2085	100%

CONTENIDOS MINIMOS

1. INTRODUCCIÓN AL TURISMO

Objetivos: Comprender al turismo como fenómeno social y su relación con el tiempo libre y la recreación; como así también la estructura básica general del mercado turístico, y al turista como elemento dinámico del sistema.

Contenidos Mínimos: Marco conceptual para el estudio del fenómeno turístico. Tipos de turismo. Evolución del concepto del tiempo libre. Formas de Tiempo Libre en el orden internacional. El rol del Tiempo libre en la sociedad actual. Orígenes y evolución histórica del fenómeno turístico en la sociedad. Principales países emisores de turismo. El turismo internacional. Problemática actual del turismo. El sistema turístico, sus componentes, estructura y funcionamiento. La actividad turística como instrumento del sistema. El turista como elemento dinámico del sistema. Principales motivos del viaje, criterios de comportamiento en relación al viaje. Tipología de los turistas. Mercados: tipos, teorías. La demanda turística, concepto caracterización, cuantitativa; medición del turismo internacional y doméstico, métodos, estacionalidad. Caracterización cualitativa, variables. Perfil de la demanda. Tendencias pasadas y perspectivas de la demanda de viajes. La oferta turística, concepto, características y particularidades. Inventario, clasificación y evaluación.

2. PROCESOS HISTÓRICOS

Objetivos: Ubicar al profesional dentro del contexto histórico nacional e internacional, abordando la historia desde un enfoque sistémico. Comprender el accionar dinámico en que se desenvuelve el fenómeno turístico de acuerdo a los hechos históricos acaecidos.

Contenidos Mínimos: La revolución industrial. Transformaciones económicas, sociales y políticas. Fundamentos ideológicos del liberalismo. La cuestión social y las propuestas doctrinarias para su superación, la integración económica del mundo. La era colonial. La concepción sudamericana. El pensamiento jesuítico. Las ideas políticas y económicas del Iluminismo borbónico. Las ideas de la revolución. Monarquismo. República. Iluminismo e historicismo en la Confederación rosista. La generación del 37. El sistema euro céntrico y el equilibrio geopolítico: Formación y consolidación de los Estados nacionales. La división internacional del trabajo y la inserción de América Latina y Argentina. El pensamiento liberal en la organización Nacional. La generación del 80. El Positivismo. La reacción antipositiva. Las ideas del Centenario. Los conflictos sociales. La crisis del Liberalismo Conservador. Nacionalismo y Autoritarismo. Connotaciones culturales, políticas, sociales y económicas del Neocolonialismo. La transformación tecnológica, social ideológica. El sistema multilateral de pagos. La crisis del mundo Euro céntrico. La primera Guerra Mundial, la revolución rusa. La crisis de la economía capitalista. La Gran Depresión, la cuestión social. El mundo bipolar. La segunda Guerra Mundial, su proyección en América Latina y Argentina. Los bloques económicos y los Organismos regionales políticos, económicos y militares. Estructuras sociales y mentales. Categorías de la vida social, el hombre medio y los hombres representativos. Las élites. La marginalidad. El proceso de descolonización. Los no alineados. Sociedad y economías periféricas. La posguerra fría. Renovación y cambio de las estructuras. Políticas. Innovación tecnológica y científica. La globalización económica. Bloques regionales y mega bloques. El MERCOSUR. Paradigmas sociales y exclusiones.

3. PATRIMONIO TURÍSTICO. CIRCUITOS TURÍSTICOS I

Objetivos: Ubicar al alumno dentro del contexto del patrimonio turístico de los principales centros y los circuitos turísticos que surgen a raíz de sus atractivos.

Contenidos Mínimos: Patrimonio. Concepto y Clasificación. Patrimonio Natural. Folklore Argentino. Patrimonio Turístico de los principales centros mundiales. Patrimonio Turístico Argentino y Patagónico. Cultura y Patrimonio. Patrimonio tangible e intangible. Estrategias de uso y conservación. Gestión de calidad. Controles cuantitativos y cualitativos. Legislación. Circuitos turísticos.

4. ANÁLISIS Y PRODUCCIÓN DEL DISCURSO

Objetivos: Facilitar la apropiación por parte de los alumnos de las categorías conceptuales, a través de los abordajes de textos, la resolución de trabajos prácticos orales, escritos y la producción de informes específicos.

Contenidos Mínimos: Análisis y comprensión del discurso: nociones básicas de teoría de la Comunicación y de la Enunciación. Semántica. Pragmática. Análisis y producción del discurso. Operaciones de planificación del texto como unidad semántica – pragmática. Del plan global a la puesta en texto, cohesión y coherencia. La arquitectura de la frase, párrafo y texto. Normativa: problemas de gramaticalidad, de adecuación y estilo.

5. INGLÉS I

Objetivos: Proporcionar al alumno el material necesario para su desenvolvimiento en la actividad profesional en el idioma inglés. Lograr que se familiarice con esta lengua extranjera de modo que vaya adquiriendo su dominio tanto escrito como oral.

Contenidos Mínimos: Números cardinales y ordinales. La hora. Fecha. Presente. Pasado. Futuro simple. Presente perfecto. Presente continuo. Futuro inmediato. Reglas de cortesía. Expresiones interrogativas. Expresiones que indican preferencia. Diversos grados de obligación. Imperativo para instrucciones. Preposiciones de lugar y movimiento. Sugerencias. Comparativos y superlativos. Introducción a: lenguaje indirecto, voz pasiva, oraciones condicionales tipo I y sus variantes.

6. GEOGRAFÍA

Objetivos: Introducir al alumno en el estudio de la geografía a fin de reconocer el medio en el que el turismo se desarrolla, ya que la geografía influye tanto en la diagramación de los circuitos como así también en los comportamientos de las poblaciones receptoras y emisoras de turismo.

Contenidos Mínimos: El Territorio. La Geografía una ciencia para el Turismo. El relieve. La Argentina Oceánica. Los climas. El medio Natural. La población. Regiones geográficas. El sistema político argentino. La distribución poblacional y la economía, receptora y emisora del turismo.

7. PRACTICA PROFESIONAL I

Objetivos: Integrar conocimientos adquiridos en la carrera realizando una aplicación práctica en una organización o empresa de turismo.

Contenidos Mínimos: Armado de circuitos. Reserva de servicios. Trámites aduaneros. Trámites en terminales de transportes. Tareas programadas en empresas de servicios.

8. INTRODUCCIÓN AL DERECHO

Objetivos: Integrar los conocimientos del derecho en sus distintas ramas, a la aplicación concreta del derecho en la actividad turística.

Contenidos Mínimos: La ciencia del derecho. La Norma. Sujeto y Objeto del Derecho. Los hechos jurídicos. Actos jurídicos. Vicios. Las ramas del Derecho. Teorías y Escuelas del Derecho. El derecho público. La Constitución Nacional. Declaraciones, derechos y garantías. Organización del Gobierno Nacional. Estado. Formas de Estado y formas de gobierno. Estructura, fines y funciones. Derecho Constitucional. Derecho Administrativo. Acto Administrativo. Derecho Civil y Comercial. Persona jurídica y física. Sociedades, obligaciones, contratos civiles y comerciales. Actos de comercio. Títulos de crédito. Sociedades Comerciales.

9. ANTROPOLOGÍA

Objetivos: Introducir al alumno en la antropología, presentando esta ciencia para la interpretación e investigación del sistema turístico desde un abordaje antropológico.

Contenidos Mínimos: Caracterización de la Antropología como ciencia. Situación histórica y conocimiento en Antropología. El modelo antropológico clásico. Naturaleza y cultura. Bases biológicas y sociales de la evolución humana. Concepto de cultura en Antropología. La Antropología y el Turismo. Acercamiento, tipologías y definiciones. El sistema turístico: generalidades y especificidades para antropólogos.

10. INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA

Objetivos: Introducir al estudio de la economía y al funcionamiento en el sistema turístico como factor de desarrollo económico. Presentar las herramientas, modelos y definiciones básicas para la interpretación de las principales funciones económicas.

Contenidos Mínimos: La economía como disciplina científica: métodos, instrumentos y relaciones con otras disciplinas. Enfoques micro y macro económicos. Evolución del pensamiento científico: reseña histórica. Principales modelos del pensamiento económico. Principio de escasez y asignación de recursos. Mercados y precios. Teoría de la oferta y la demanda. Teoría de la utilidad. Microeconomía. Costos. Precios. Modelos de equilibrio. Concepto de elasticidad. Mercados: competencia perfecta, monopolio, oligopolio, y competencia monopolística. Lectura del entorno económico, indicadores. Economía y Planificación. El Estado como vector de definición de la política económica. El turismo y su relación con la economía. Impactos económicos del Turismo. Valoración económica del Turismo. El turismo factor de desarrollo económico.

11. INTRODUCCIÓN AL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO

Objetivos: Propiciar formación epistemológica a los alumnos para que puedan apropiarse de las teorías y tipos de razonamientos que estas produzcan. Desarrollar la autonomía personal, reflexión intelectual y capacidad para la toma de decisiones y la innovación.

Contenidos Mínimos: Filosofía, ciencia y epistemología. Clasificación de las ciencias. Estructura y validez de las teorías. Nuevas posturas sobre las ciencias.

12. INGLÉS II

Objetivos: Profundizar el conocimiento del idioma y su dominio tanto escrito como oral para su desenvolvimiento en la actividad profesional.

Contenidos Mínimos: Futuro inmediato. Preposiciones que indican tiempo. Oraciones condicionales: Tipo I (extensión) II y III sus variaciones. Expresiones utilizadas al presentar una queja. Uso de "enough"/"too" con sustantivos y adjetivos. Voz pasiva: en tiempos simples perfectos y continuos. Pasiva con verbos defectivos. Presente simple para describir itinerarios. Presente perfecto. Uso de "for/since". Marco referencial de vocabulario. Visita a hoteles como representante de empresas turísticas. Carta de recomendación. Reservas vía telefónica. Cartas / faxes de confirmación. Recepción de huéspedes. Características de la actividad hotelera. Promoción. Producción y recepción de quejas. Descripción de facilidades para eventos especiales. Promoción de una ciudad o región del país como centro de convenciones. Ventajas y posibles desventajas del turismo en el país. Vacaciones tradicionales y de nuevas tendencias. Planificación de itinerarios. Itinerarios según requerimientos especiales del cliente. Alquiler de equipos deportivos y de autos. Entrevistas laborales. Currículum Vitae.

13. ECOLOGÍA

Objetivos: Comprender la estructura integral básica de los distintos componentes del ecosistema, a fin de permitir la reflexión sobre la problemática de la articulación del uso turístico de los recursos y las condiciones de desarrollo sustentable.

Contenidos Mínimos: Ecología: Marco conceptual. Ecología y evolución. El organismo y su ambiente. Condiciones ambientales. Nicho ecológico. Recursos. Dispersión demográfica. Ciclos de vida. Evolución histórica de la Ecología. Elementos Abióticos. El medio aéreo. El medio Acuático. El sustrato. La energía. El biotopo. Elementos Bióticos. Las células como unidades ecológicas. La Especie. La población. La comunidad. Biogeografía. La distribución de las especies. Dinámica de las poblaciones. Composición de las poblaciones. Crecimiento de una población. Relaciones intra especies. Elementos integrados. El ecosistema. Los biomas terrestres. Ecología Trófica. Cadenas y redes alimentarias. Relaciones íter específicas. Competencias. Depredación. Simbiosis. Relación General con el medio. La adaptación. La evolución. Dinámica de los ecosistemas. Ecología humana. El hombre y la biosfera. Huellas humanas en el aire. El turismo y su relación con la Ecología. Impactos en el medioambiente. Interacciones : Competencia intra específica. Regulación poblacional. Factores claves. Competencia Íter específica. Predación

Historias de vida: parásitos y enfermedades. Mutualismo. Descomponedores. Manejo de poblaciones y control de plagas. Ecología de comunidades: Biodiversidad. Estructuración. Flujo de energía y materia a través de comunidades. Patrones de riquezas de especies.

14. LEGISLACIÓN TURÍSTICA, PATRIMONIAL Y AMBIENTAL

Objetivos: Presentar la problemática referente a los distintas normas que rigen la actividad turística preferentemente en lo que se refiere al patrimonio y al medio ambiente.

Contenidos Mínimos: El turismo como objeto del Derecho. Legislación Turística: Concepto y contenido. Caracteres. Relación con otras ramas del Derecho. Fuente de la Legislación Turística. Perfil de las relaciones contractuales en el sector turístico. Sistemas de responsabilidad jurídica. El derecho comercial aplicable a la actividad turística. Normas del derecho Laboral y Fiscal aplicables a la actividad turística. Los convenios colectivos. El transporte terrestre, fluvial y marítimo. Su régimen legal. Contrato de transporte de personas y equipajes. Responsabilidad. Límites. Contrato de Cruceros. El transporte aéreo. Régimen legal. El contrato de Turismo. Su regulación en el derecho interno y en el derecho internacional. Responsabilidades. El organizador de viajes. El intermediario. La empresa hotelera. Su regulación jurídica. El contrato de hospedaje. Derechos y obligaciones. Responsabilidades del hotelero. El estado y sus instrumentos jurídicos de gestión en la actividad turística. Los contratos administrativos. La licitación pública. El Servicio público. Contrato de concesión de servicios públicos y áreas protegidas. Ejercicio del poder de policía sobre las actividades turísticas. Régimen legal del fomento administrativo para la actividad turística. Régimen jurídico sobre ingresos, permanencia y salida de turistas y equipaje. Régimen jurídico de los recursos ambientales y culturales protegidos. Régimen jurídico de las prestaciones turísticas en los nuevos contextos regionales.

15. SERVICIOS TURÍSTICOS

Objetivos: Presentar al alumno los distintos tipos de servicios turísticos y las distintas problemáticas que se presentan en su relación con el usuario, haciendo hincapié en los conceptos de eficiencia, eficacia y calidad en la prestación.

Contenidos Mínimos: Noción y caracterización de un servicio. Antecedentes del desarrollo de diferentes servicios. Análisis de su clasificación y categorización. Tipos y modalidades. Elementos y técnicas que se utilizan. Problemáticas relacionadas al desarrollo de la oferta de servicios. Gestión de calidad. Normalización. Sistemas de control de los procesos productivos y de prestación de los servicios. Aplicación de los conceptos de eficiencia y eficacia en la caracterización de la calidad de prestación. Metodologías para determinar el potencial de la oferta de servicios turísticos. Los sistemas de intermediación, los de distribución global, los sistemas centrales de reservas y de las redes de enlace con los sistemas informáticos de los operadores turísticos en las ventas. Operaciones de venta mayorista y minorista. Las ventas a través de cadenas, consorcios, compañías aéreas. Servicios Complementarios. Tarifas, tipos. Políticas tarifarias. Transporte aéreo, fluvial, marítimo y terrestre. Los tipos de alojamiento hotelero. Alojamiento hotelero y extrahotelero. Gastronomía, sistemas de restauración. Excursiones, diferencias y particularidades. El esparcimiento nocturno y diurno. Los seguros. Tarjetas de asistencia al viajero. Otros servicios. La agencia de viajes y turismo, funciones y rol en el sistema turístico. Organización, función y operatoria de una agencia de viajes y las diferentes áreas de una minorista. Diferencias con una mayorista. Relación con los distintos prestadores de servicios. Tipos de agencias. Marco jurídico. Departamentalización. Manual de organización. Documentación interna. Procedimientos técnicos y circuitos administrativos. Creatividad en materia de prestaciones, distribución, comercialización y comunicaciones. Cotización de servicios individuales, internacionales, con análisis de costos. Aplicación de reservas automatizadas con armado de los campos obligatorios y opciones de un Passenger Name Record PNR, tarifas aéreas internacionales y cotización de itinerarios. Emisión y rendición de billetes aéreos, de cabotaje, regional e internacional, con aplicación de impuestos, reruteos y cotizaciones. Servicios fluviales de navegación, cruceros, alquiler de autos, ferrocarriles. Su comercialización Leasing. La gastronomía, los sistemas de restauración. Su contratación.

16. CIENCIA, UNIVERSIDAD Y SOCIEDAD

Objetivos: Brindar apertura para el abordaje de la complejidad que supone la revolución científica y tecnológica en el marco de la globalización, tal que permita la reflexión sobre las problemáticas de la

articulación regional de las instituciones dedicadas al conocimiento y las condiciones de desarrollo sustentable. Comprender las condiciones políticas, ideológicas, sociales, institucionales y organizativas, en la que se produce y difunde el conocimiento científico.

Contenidos Mínimos: La ciencia como producción social. La universidad moderna como organización del conocimiento: modelos y sentidos. Relaciones entre la Universidad, la Sociedad y el Estado. La universidad desde una perspectiva histórica. Ciencia y proyecto universitario en la región patagónica.

17. PRACTICA PROFESIONAL II

Objetivos: Integrar conocimientos adquiridos en la carrera realizando una aplicación práctica en una organización pública o empresa de turismo. El alumno deberá preparar su propuesta de plan de desarrollo.

Contenidos Mínimos: Organización y venta de servicios turísticos. Actividades programadas en áreas del sector público. Propuesta de un plan de desarrollo local. Formulación de una política de promoción turística.

18. PARQUES NACIONALES, AREAS PROTEGIDAS Y USO PUBLICO

Objetivos: Dotar al alumno del conocimiento y la comprensión del manejo de las Áreas Protegidas, abordados desde el enfoque sistémico. Comprender el accionar dinámico en que se desenvuelve el turismo en áreas protegidas. Pautas para su desarrollo. La ocupación humana y el manejo de los recursos en las áreas protegidas.

Contenidos Mínimos: Marco conceptual. Importancia. Categorías de Manejo. Áreas Protegidas de jurisdicción nacional, provincial, municipal y privadas. Parques Nacionales. Áreas Protegidas y Uso Público. Conflictos, compatibilización, prioridades, zonificación. Planes de Manejo. Criterios para determinar la efectividad del manejo de las áreas protegidas. Descripción de las 34 áreas protegidas del país. Superficie, límites, objetivos de creación y áreas de uso público de: Iguazú, Glaciares, Tierra del Fuego, Nahuel Huapi, Lanín, Alerces, Lago Puelo, Monumento Natural Bosque Petrificado y Talampaya. Principales senderos y actividades permitidas en cada una de ellas. Reconocimiento Geográfico, especies de flora y fauna más relevantes. Características geológicas, geomorfológicas, hidrológicas y climáticas más relevantes, Principales atractivos naturales y culturales. Régimen legal de Parques Nacionales, Monumentos Naturales y Reservas Naturales. Normas de conducta de bajo impacto. Reglamentos más relevantes. Turismo en áreas protegidas. Pautas para su desarrollo. La ocupación humana y el manejo de los recursos en las áreas protegidas.

Aspectos jurídicos, administrativos y técnicos de las áreas protegidas. Conceptos de Unidad de Conservación y Sistema Provincial de Conservación. Introducción a la evaluación de Impacto Ambiental.

19. ETICA Y DEONTOLOGÍA PROFESIONAL

Objetivos: Crear en el futuro profesional, conciencia de responsabilidad en el ejercicio de su profesión, entendiéndolo que no tiene el carácter de tal por el simple hecho de recibir un título que lo certifica; el ser profesionales dignos representa la excelencia, gravedad, decoro que tiene la persona y el respeto consigo mismo.

Contenidos Mínimos: Deberes y derechos de los profesionales del área del turismo. Normativa vigente para el desempeño público y privado de la función. Deontología. Conciencia turística. Responsabilidad en el cuidado de los recursos. Responsabilidades y deberes en la función pública. Deberes para con los pasajeros. Derechos profesionales. Calidad profesional y cualidades éticas. Idoneidad y aptitud. La fe pública. Principios básicos que competen al profesional en turismo: la integridad, objetividad, independencia, responsabilidad, confidencialidad, observar las disposiciones normativas, competencia y actualización profesional, difusión y colaboración, respeto entre colegas y conducta ética.

20. INTERPRETACIÓN AMBIENTAL Y DEL PATRIMONIO: CIRCUITOS II

Objetivos: Integrar los conocimientos del ambiente geográfico y del patrimonio que lo compone, con los aspectos que influyen en ellos, a fin de estar capacitado para interpretar los fenómenos que en él se producen, como base para la planificación y gestión del sitio turístico.

Contenidos Mínimos: En el espacio destinado a los circuitos turísticos los contenidos deberán hacer referencia a la cuestión física del medio ambiente, a los aspectos climatológicos, según la estación del año, promedio de precipitaciones anuales, rutas, estaciones de servicios, paradores, alojamientos, servicios en general para los turistas. Tipo y clasificación de los principales atractivos que existen en el circuito que justifiquen su diseño, como así también conocimiento de la flora y fauna de la ruta elegida. El proceso de comunicación en la interpretación. La interpretación como instrumento de gestión. Los medios interpretativos: Publicaciones, servicios, señales y carteles, exhibiciones, itinerarios y senderos interpretativos. Los centros de visitantes. Planificación interpretativa. Evaluación de la interpretación. Turismo y medio ambiente. Impactos ambientales del turismo. Programas de interpretación en espacios naturales protegidos. Programas de interpretación en centro arqueológicos, históricos y monumentales. La gestión del patrimonio histórico y cultural. Turismo Cultural.

21. ASPECTOS POLITICOS Y SOCIOECONÓMICOS DEL TURISMO

Objetivos: Que el alumno comprenda que el turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socio-económico y cultural del país, dada la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas.

Contenidos Mínimos: El turismo como actividad económica, social y multisectorial. Desarrollo de la economía mundial y local en la actualidad. Turismo y Empleo. Diversificación del mercado de empleos en turismo. Balanza de pagos. Inversiones turísticas. Desarrollo de actividades económicas locales. El turismo como medio de intercambio social. Las sociedades de los principales países receptores y emisores de turismo. Cultura como el radio dentro del campo de acción de la empresa turística. El turismo como industria en los países desarrollados y en aquellos en vías de desarrollo. Análisis de los impactos turísticos sobre el medio ambiente, la economía del país receptor y los valores socioculturales. El turismo social, Conceptualización y problemática. Objetivos y características según el marco socioeconómico y político. Evolución del Turismo Social en la Argentina, situación actual y perspectivas. Las organizaciones intermedias y el turismo social. El turismo como factor de desarrollo socioeconómico.

22. SOCIOLOGÍA

Objetivos: Dotar al alumno de la comprensión de la sociología en el marco histórico, filosófico e ideológico, estudiando los diferentes tipos de sociedades desde distintos enfoques. Con estas herramientas, podrá gestionar y planificar actividades turísticas que atiendan las necesidades y deseos de las comunidades tanto emisoras como receptoras del turismo.

Contenidos Mínimos: La Sociología como ciencia. Enfoque epistemológico. Origen de la Sociología. Marco histórico, filosófico e ideológico. La cuestión de los paradigmas. Teoría del conflicto y del equilibrio. Los iniciadores. Comte. Durkheim. El positivismo, Max Weber, Talcott Parsons. El marxismo y la Sociología. Cultura y sociedad. Diferentes enfoques. Aculturación, transculturación, relativismo y cultura. La historia de la cultura. La construcción social de la realidad. La producción de universos simbólicos. Los imaginarios sociales. La cuestión de la ideología. La estratificación social. La cuestión de las clases sociales: enfoques interpretativos. Modelos de acumulación capitalista y dinámica de la estructura social: interpretaciones estructurales e históricas. La crisis de los paradigmas. La sociedad posindustrial. América Latina: Modernidad tardía – posmodernidad periférica: estado del debate. Globalización y cambio social. El impacto de las nuevas tecnologías en la organización del trabajo, la redefinición del espacio- tiempo, la comunicación. Impactos socioculturales del turismo. Corrientes de opinión.

23. INGLES III

Objetivos: Continuar en la profundización del conocimiento del idioma y su dominio tanto escrito como oral para su desenvolvimiento en la actividad profesional, integrando cada vez más conocimientos de otras áreas.

Contenidos Mínimos: Expresiones para formular opiniones. Comparación de adjetivos: Formas irregulares. Profundización de los grados de obligación. "Tag questions" uso de los números. Intención y decisión espontáneas: "will" Voz pasiva. Verbos. Modales seguidos de infinitivo perfecto. Futuro continuo y perfecto. Lenguaje indirecto: Usos especiales. Expresiones utilizadas para indicar tamaño y dimensiones. Oraciones condicionales en todas sus variantes. Marco referencial de vocabulario. Elección de un hotel y su descripción. Compra por medio de un sistema informatizado. Categorización en

el ciclo de alimentos y bebidas. Cambio de moneda extranjera. Reservas y "check in". Intercambio de información sobre una visita guiada en ómnibus. Su planificación. Alojamiento para viajeros de negocios. Selección de personal. Situaciones típicas en un restaurante. "Housekeeping" y mantenimiento.

24. CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS

Objetivos: Que el alumno entienda que en su profesión deberá tener como grandes principios el de la sostenibilidad como eje para el desarrollo turístico y el de la dinamización turística del patrimonio cultural y natural. Promover la recuperación y conservación del patrimonio turístico y su puesta en valor desde la perspectiva de la sostenibilidad.

Contenidos Mínimos: Concepto de recurso. Concepto de recurso turístico. Valoración de los recursos turísticos. Recursos Turísticos Naturales y Culturales. Patrimonio: Concepto, Clasificación y categorización. Características. Tipología. La protección del medioambiente y de las áreas arqueológicas y paleontológicas. La cultura y el folklore como recurso de explotación turística. Evaluación de impactos. Saturación. Capacidad de carga. Valor de la escasez. La intangibilidad de los recursos naturales y culturales. Normas de protección de los recursos turísticos. Adaptabilidad para el uso turístico. Legislación comparada. Actividades permitidas y no permitidas en espacios protegidos. El patrimonio turístico. El espacio turístico. Relaciones entre los elementos del espacio turístico. El turista como observador. El ambiente natural. Concepto de paisaje. Calidad del paisaje. Tipos de paisaje. Componentes sensoriales del paisaje. Atractivos naturales y culturales. Uso intensivo. Atractivos naturales y culturales de uso restringido. Efectos del turismo sobre el medio físico. Dinámica demográfica y estructura de la población activa. Efectos económico-espaciales. La conservación de los recursos naturales como política de desarrollo sustentable del turismo. Conservación y desarrollo. Protección. Preservación. Organismos internacionales, nacionales, provinciales y locales dedicados a la conservación.

Tratados internacionales para la conservación. CITES, Antártico, Patrimonio Mundial, Especies migratorias, Humedales (Ramsar). Biodiversidad, etc. Estrategia Mundial para la conservación: conceptos básicos, importancia y urgencias. Estrategias nacionales, regionales y locales. Aspectos administrativos, técnicos y legales básicos. Problemas fundamentales, uso y abuso, desgaste físico de los recursos, especies exóticas. Consecuencias de la introducción de especies. Pesca y caza de especies exóticas. Especies problema(plagas o dañinas) Especies amenazadas Manejo del Recurso Forestal. Los recursos forestales a nivel mundial, nacional y provincial. Perfil general de las principales formaciones forestales. Manejo y Conservación. Legislación en materia forestal. Manejo del fuego.

25. GEOGRAFIA TURÍSTICA. EVALUACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL

Objetivos: Proporcionar las herramientas necesarias para la construcción de un análisis del impacto ambiental de los fenómenos turísticos, tomando en cuenta aspectos geográficos como los flujos turísticos, la distribución de centros y diferentes paisajes, entre otros.

Contenidos Mínimos: La geografía turística. Conceptualización. Espacio geográfico. Espacio contemplado y espacio consumido. Coincidencias y diferencias. Concepto de flujo en geografía. Flujos y centros turísticos. Diversidad y contrastes de los flujos turísticos. Flujos emisores mayores y menores. Distribución geográfica de los grandes tipos de centros turísticos. Los centros tradicionales y los recientes. Factores geográficos. Conceptualización. Su incidencia en las localizaciones turísticas. Factores naturales. Su carácter. Paisaje turístico. El sitio turístico. Imagen y ordenamiento.

El clima. Fitomas e Hidomas. Aguas termales y aguas marinas. Factores humanos y técnicos. Hechos de la civilización y el turismo. Los factores técnicos y su uso geográfico en las localizaciones turísticas. Localización turística y economía. Tipos y formas de espacios turísticos. Los espacios turísticos polivalentes y abiertos. Tipos. Costeros. Lacustres. Formas: tradicionales, lacustres e intermedios o más o menos costeros. Tipo urbano. Formas multipolares, nucleares, mononucleares y unipolares. Tipo verde. Espacios turísticos abiertos y enclavados. Sus determinantes geográficos. Espacios turísticos regionales con alta polarización geográfica, y los espacios no condicionados geográficamente. La geografía y la ecología. La percepción del paisaje urbano y natural. Análisis del impacto del turismo: Marco general, impacto sobre el medio ambiente, natural y urbano. Métodos de evaluación. Geografía y desarrollo sustentable, La cartografía, definición, principios y métodos. Representación graficada de los fenómenos físicos.

Escalas. Lectura e interpretación de mapas, curvas de nivel, cálculos de distancia. Mapas planimétricos, topográficos y especializados.

26. MERCADOTECNIA. MARKETING Y PROMOCIÓN TURÍSTICA

Objetivos: Proveer los conocimientos de la comercialización, así como cada una de las variables controlables que deben conocerse para una definición correcta en términos de productos y servicios, precios, promoción y venta, con el fin de satisfacer necesidades de los turistas como consumidores. Comprender la estrategia comercial como herramienta necesaria para definir las decisiones a través de las cuales se insertará en el mercado. Analizar y comprender el potencial y las diferentes oportunidades que brinda un mercado tan particular como ser el del turismo.

Contenidos Mínimos: Marketing en la empresa y en la economía. Marketing y satisfacción de necesidades. Noción de necesidad en la teoría económica. Los objetivos de la motivación humana. Comportamiento de elección del comprador. Servucción-Sistema. Elementos. Funciones e interrelación. Márketing Mix y empresas de servicios. Oferta de servicios. Análisis conceptual. Principales decisiones. El producto turístico. Características. Tipos Ciclo de vida. Presentación del Servicio. Marketing interno. El cliente interno y el cliente externo. La gestión y el control de la calidad. Planificación comercial de los servicios turísticos. Plan de negocios. Plan integral de marketing. Empresas de servicios turísticos. Formulación de Objetivos. El precio en el sector turístico. Política de precios: Normas básicas, criterios, orientación estratégica para su fijación, gestión de la rentabilidad. La distribución en turismo. Red de comercialización-Comercialización directa e indirecta. Posicionamiento. Estrategia Competitividad. Ventaja competitiva. Amenazas del mercado. La comunicación. Fases Públicos. Objetivos. Instrumentos. Marketing estratégico y operacional. La práctica del marketing. Etapas. La orientación al mercado. El nuevo mercado.

27. TÉCNICAS DE VENTAS Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Objetivos: Propiciar la formación del alumno en lo que se refiere a la venta de los productos turísticos, estimulando y promoviendo una actitud proactiva, emprendedora, innovadora y orientada a la excelencia en la atención al cliente.

Contenidos Mínimos: La comunicación. Elementos y proceso. Formas de comunicar: comunicación verbal y no verbal. La importancia de la gestual. La venta. Definición. El vendedor. Su imagen. Características físicas y psíquicas. Actitud. Venta de lo intangible. Oferta de servicios turísticos. Características del Producto Turístico. Organización de la venta. Las Relaciones Públicas. Cuentas corrientes. Atención al cliente. Relación con el cliente. Calidad. Concepto. Servicios. Costo de la no calidad. Promoción de ventas. Importancia de la fidelidad del cliente. Satisfacción de necesidades de consumo. Detección y solución de conflictos. Identificación de obstáculos en la comunicación con el cliente. Preparación de programas de promoción. Sistemas de información al cliente. Comprensión del significado de la venta de servicios turísticos como un proceso vinculante complejo. Comunicación y relaciones públicas.

28. PRACTICA PROFESIONAL III

Objetivos: Integrar conocimientos adquiridos en la carrera realizando una aplicación práctica en una organización pública o empresa de turismo

Contenidos Mínimos: El alumno deberá preparar su propuesta de plan de desarrollo, formulando y evaluando su proyecto y defendiéndolo en Mesa de Negociación.