



RECTORADO

CONCEPCIÓN DEL URUGUAY, 14 JUL 2004

VISTO la Resolución "C.D." 031 de la Facultad de Ciencias de la Administración, del doce de abril pasado, y

CONSIDERANDO:

Que mediante la misma se propone la creación de las carreras de Licenciatura Binacional en Turismo y Tecnicatura Binacional en Turismo.

Que las mismas se inscriben como ofertas académicas binacionales a desarrollarse en forma conjunta con la Universidad de la República (República Oriental del Uruguay).

Que la formación de recursos humanos en la actividad turística representa una posibilidad de desarrollo, tanto económico como social, para Argentina y Uruguay.

Que sobre las actuaciones pertinentes ha intervenido la Dirección General de Asuntos Jurídicos y dictaminado las comisiones de Enseñanza y Hacienda, a fojas 86, 47 y 49, respectivamente.

Que es atribución de este cuerpo expedirse al respecto, conforme lo previsto en los artículos 14, Inciso t), del Estatuto (texto ordenado por Resolución 494/97) y 6º del Anexo I de la Ordenanza 306.

Por ello,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ENTRE RÍOS

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar el plan de estudios, el régimen de correlatividades, los contenidos mínimos, el perfil del graduado y los alcances del título de las carreras de Licenciatura Binacional en Turismo y Tecnicatura Binacional en Turismo de la Facultad de Ciencias de la Administración, que obran como anexos I al IV y V al VIII, respectivamente.

ARTÍCULO 2º.- Determinar que las citadas carreras tienen el carácter de "a término", estableciéndose su duración en tres cohortes, a partir de su puesta en funcionamiento.

ARTÍCULO 3º.- Precisar que la implementación de las mismas quedan supeditadas a la obtención del presupuesto necesario para su desarrollo, el que debe ser evaluado

//



RECTORADO

//

-oportunamente- por este órgano.

ARTÍCULO 4º.- Regístrese, comuníquese, publíquese en el Boletín Oficial de esta universidad nacional y, cumplido, archívese.

DADA EN LA SALA DE SESIONES.

UNER
tr/c.
mec.

CRA. LIA LUCRECIA RODRÍGUEZ
SECRETARIA CONSEJO SUPERIOR

Cr. EDUARDO F. J. ASUETA
Rector

RECTORADO

ANEXO I

LICENCIATURA BINACIONAL EN TURISMO
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PLAN DE ESTUDIOS

Asignatura		Horas Sem.	Total Asig.	Total Sem.	Total Sem.	Total Anual	Total
Primer Semestre							
01	Introducción al Turismo	6	96				
02	Geografía Turística I	6	96				
03	Historia Regional I	3	48				
04	Introducción a la Economía	6	96				
05	Inglés I	3	48	24	384		

Segundo Semestre							
06	Geografía Turística II	6	96				
07	Historia Regional II	6	96				
08	Administración General	6	96				
09	Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales	6	96				
10	Inglés II	3	48	27	432	816	

Tercer Semestre							
11	Portugués I	3	48				
12	Legislación Turística	6	96				
13	Planificación Turística	6	96				
14	Gestión de Comercialización	3	48				
15	Estadística I	3	48				
16	Inglés III	3	48	24	384		

Cuarto Semestre							
17	Marketing Turístico	3	48				
18	Sociología del Turismo	6	96				
19	Comunicación	3	48				
20	Estadística II	3	48				
21	Antropología Social y Cultural	6	96				
22	Portugués II	3	48	24	384	768	

Quinto Semestre							
23	Patrimonio Cultural	6	96				
24	Teoría del Turismo I	3	48				
25	Organizaciones Turísticas I	3	48				
26	Ecología y Medio Ambiente	6	96	18	288		

RECTORADO

//

Sexto Semestre

27	Teoría del Turismo II	3	48				
28	Organizaciones Turísticas II	3	48				
29	El arte en la cultura	6	96				
30	Seminario I	6	96	18	288	576	

Séptimo Semestre

31	Economía del Turismo	3	48				
32	Gestión de Organizaciones Turísticas	6	96				
33	Productos Turísticos I	3	48				
34	Seminario II	6	96	18	288		

Octavo Semestre

35	Productos Turísticos II	3	48				
36	Proyectos Turísticos	6	96				
37	Taller de Investigación	6	96	15	240	528	

Noveno Semestre

38	Pasantía	6	96				
39	Tesina	6	96	12	192	192	2880

Título a otorgar: Licenciado en Turismo

RECTORADO

ANEXO II

LICENCIATURA BINACIONAL EN TURISMO
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

RÉGIMEN DE CORRELATIVIDADES

Asignatura	Correlativas
------------	--------------

Primer Semestre

01	Introducción al Turismo	-
02	Geografía Turística I	-
03	Historia Regional I	-
04	Introducción a la Economía	-
05	Inglés I	-

Segundo Semestre

06	Geografía Turística II	01-02
07	Historia Regional II	01-03
08	Administración General	-
09	Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales	-
10	Inglés II	05

Tercer Semestre

11	Portugués I	-
12	Legislación Turística	-
13	Planificación Turística	01-04-08
14	Gestión de Comercialización	01-08
15	Estadística I	-
16	Inglés III	05-10

Cuarto Semestre

17	Marketing Turístico	01-04-08-14
18	Sociología del Turismo	01-03-07
19	Comunicación	01
20	Estadística II	15
21	Antropología Social y Cultural	01-09
22	Portugués II	11

Quinto Semestre

23	Patrimonio Cultural	1 a 10
24	Teoría del Turismo I	1 a 10-13
25	Organizaciones Turísticas I	1 a 10-12-13-17
26	Ecología y Medio Ambiente	1 a 10

**RECTORADO**

//

Sexto Semestre

27	Teoría del Turismo II	1 a 10-13-24
28	Organizaciones Turísticas II	1 a 10-12-13-17-25
29	El arte en la cultura	1 a 10
30	Seminario I	1 a 10

Séptimo Semestre

31	Economía del Turismo	1 a 22
32	Gestión de Organizaciones Turísticas	1 a 22-25-28
33	Productos Turísticos I	1 a 22
34	Seminario II	1 a 22

Octavo Semestre

35	Productos Turísticos II	1 a 22-33
36	Proyectos Turísticos	1 a 28-31-32
37	Taller de Investigación	1 a 28

Noveno Semestre

38	Pasantía	1 a 30
39	Tesina	1 a 30-37

RECTORADO

ANEXO III

LICENCIATURA BINACIONAL EN TURISMO
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓNCONTENIDOS MÍNIMOS**01. Introducción al Turismo:**

Proporciona el concepto y significado del turismo, así como su historia, con especial énfasis en la región. Considera la evolución del sector turismo en sus vertientes internacional, regional y nacional.

Definiciones y conceptos básicos. Historia del turismo. Clasificación. Noción de la estructura del sistema turístico. Análisis de modelos.

02. y 06. Geografía Turística I y II:

Ambos cursos profundizan en los elementos geográficos más relevantes para la actividad turística (en lo nacional, regional e internacional), priorizando los enfoques de la Geografía Humana.

Turismo y geografía. Componentes físico-naturales del espacio turístico. Componentes económicos del espacio turístico. Análisis y expresiones cartográficas de los fenómenos turísticos. La región turística. Espacio turístico argentino y uruguayo. El Cono sur como región turística.

03. y 07. Historia Regional I y II:

A partir de una visión integradora, de escala supranacional, se aborda el conocimiento de los procesos sociales desde la etapa pre-colonial, con énfasis en los aspectos culturales y su traducción en modalidades que permitan conjugar la dimensión recreativa del turismo con la comprensión diacrónica de la realidad.

El espacio geográfico. Condicionamientos coloniales. De los proyectos amplios a la emancipación. Comienzo de los estados. Entrelazamiento cultural. Evoluciones y retrocesos de la efectiva integración. Los primeros intentos institucionales. Promoción estatal y privada. Características del primer desarrollo turístico. Turismo y región. Relativo crecimiento de las modalidades de agroturismo, ecoturismo y turismo cultural. Deportes, espectáculos y turismo.

04. Introducción a la Economía:

Proporciona nociones sobre el objeto del conocimiento de la Economía y, en particular, sobre la problemática nacional, regional e internacional. Aborda, asimismo, el análisis de las relaciones sociales que tienen lugar en orden a la generación, apropiación y uso del valor económico. Aporta el conocimiento de las teorías contemporáneas más gravitantes en el área latinoamericana.

Crecimiento y desarrollo. Mercados, distintos enfoques. Producción, factores productivos, productividad, costos, demanda. Determinación de los precios. Producto Nacional. Estructura económica y sistemas económicos. El rol del sector público en la economía. Estrategias, enfoques e indicadores de desarrollo. Desarrollo tecnológico. Conceptualización. Sistema nacional/regional de innovación. Características del desarrollo tecnológico. Causas y consecuencias. Población, trabajo, condición de actividad económica. Instrumentos estadísticos. Inserción internacional. Balanza de pagos y sus componentes. Acuerdos

RECTORADO

//

internacionales de comercio y de integración. Proteccionismo y libre comercio, mercado cambiario y tipo de cambio.

05. 10. y 16. Inglés I, Inglés II, Inglés III:

Se desarrollan gradualmente las destrezas lingüístico-discursivas básicas relacionadas con las cuatro macrohabilidades productivas y receptivas, con énfasis en la oralidad, que hacen a la comunicación cotidiana en el contexto de la especialidad, de manera que el futuro graduado cuente con los elementos necesarios que le permitan interactuar lingüísticamente en situaciones que hacen a su práctica profesional.

Aspectos morfosintáctico, semántico y pragmático referidos a las funciones comunicativas recurrentes en la práctica profesional, tales como otorgamiento de información, atención al cliente, lectura de folletos o descripciones turísticas, confección de formularios.

08. Administración General:

Aporta nociones generales sobre organización y administración aplicadas a los diferentes sectores específicos vinculados a la actividad turística (hotelería, transportes, agencias, comercio, otros servicios), así como a los recursos humanos involucrados.

Aspectos conceptuales de la administración. Tecnologías para la gestión de organizaciones. Las organizaciones: la estructura, el personal, la gestión del conocimiento, la responsabilidad social. El proceso administrativo: planeamiento, gestión y control. El contexto local, regional (en particular, el Mercado Común del Sur), e internacional.

09. Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales:

Proporciona el conocimiento de la metodología y técnicas de la investigación en las ciencias sociales, enfocado como iniciación en la práctica de la investigación en el campo del turismo. Prepara al estudiante para adquirir la capacidad de plantear y desarrollar un trabajo de investigación en concreto.

Aplicación de tendencias actuales en la investigación social. Estrategias metodológicas: dimensiones cuantitativas y cualitativas. Diseño de investigación.

11. y 22. Portugués I - Portugués II:

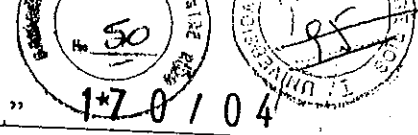
Se procura especialmente alcanzar destrezas lingüístico-discursivas, especialmente las relativas a actos de habla en idioma portugués con referencia a los desempeños necesarios en la práctica profesional del graduado.

Abordaje léxico semántico: vocabulario general, comercial y turístico. Aspectos de la vida social y cultural, tradiciones y costumbres del Uruguay, Argentina y Brasil. Abordaje morfosintáctico: contenidos gramaticales. Abordaje pragmático. Actos de habla: directivos, representativos. Efecto perlocucionario: la persuasión. Enunciación.

12. Legislación Turística:

Proporciona el conocimiento y análisis de las legislaciones argentina y uruguaya en materia turística, aplicada a los diferentes sectores involucrados, así como la consideración de temáticas turísticas que requieren desarrollo a nivel normativo. Aporta el estudio de los organismos públicos y privados, nacionales, regionales e internacionales, vinculados a la actividad, así como de los tratados y convenciones a los que adhieren ambos países.

Derecho y turismo. Legislación. Reglamentación. Relaciones jurídicas. Sujetos. Objeto.



RECTORADO

//

Contratos. Formas y modalidades. Efectos. Consecuencias. Responsabilidad.

13. Planificación Turística:

Considera los alcances pluridimensionales de las actividades y las implicancias interdisciplinarias de la planificación social. Desarrolla proposiciones sistemáticas de inducción, acción y gestión de alternativas turísticas y recreativas. Marco conceptual del planeamiento. El ámbito a ser intervenido. La toma de decisiones. Planeamiento del turismo y la recreación. Aspectos físicos de la planificación. Análisis socio-económico.

14. Gestión de Comercialización:

Proporciona conocimientos sobre técnicas de gestión comercial en aplicación de los principios de Administración general, así como para el asesoramiento de los niveles gerenciales, empresariales y sectoriales vinculados al turismo, con el fin de desarrollar planes de promoción en las áreas involucradas. Comercialización: concepto, evolución, etapas y enfoques. Planeamiento estratégico y operativo en comercialización. Mezcla comercial: producto, mercado, precio y promoción. Características de los servicios como producto. Actores internos y externos a la organización. Microambientes y macroambientes. Marketing interno.

15. Estadística I:

Introduce al alumno en los conceptos fundamentales para el análisis de datos cuantitativos y al manejo de las técnicas de análisis estadístico descriptivo. Técnicas de análisis estadístico descriptivo. Análisis univariado y bivariado de variables nominales, ordinales e intervalares (centralidad, dispersión, tablas de contingencias, comparación de medias y proporciones, etc.).

g

17. Marketing Turístico:

Capacita para el análisis de la factibilidad e identificación de productos y aporta elementos para la evaluación de estrategias turísticas en base a métodos estadísticos. Plan de negocios en turismo. Estrategias de comercialización. Mercado: investigación de mercado (técnicas de investigación, identificación de oportunidades, análisis de la demanda actual y futura). Segmentación del mercado. Mercado Meta. Consumidor y Cliente. Estudios de comportamientos de compras y poscompra. Comunicación del Producto: promoción y publicidad. Precios: políticas, estrategias, fijación de precios (métodos).

18. Sociología del Turismo:

Proporciona nociones sobre el objeto del conocimiento sociológico. Incorpora nociones de sociología regional y de procesos de dinámica social, vinculadas a las actividades turísticas. La evolución de la sociología. La sociología contemporánea. La vida urbana moderna. Lo global y lo local. La sociología del ocio. La perspectiva social en el estudio del tiempo libre.

h

**RECTORADO**

//

19. Comunicación:

Orienta al estudiante acerca de los componentes básicos de la interacción comunicativa y sus fundamentos epistemológicos. Realiza una recorrida por los principales modelos teóricos que explican los fenómenos comunicativos humanos, tanto generales como particulares. Genera una base conceptual que permite entender el papel de la comunicación en la sociedad y en las organizaciones en especial referida al campo del turismo.

Componentes básicos de la interacción comunicativa. Bases epistemológicas de la comunicación como ciencia y modelos teóricos de la comunicación. La comunicación como instrumento de gestión de las organizaciones turísticas. Estudio y planificación de la comunicación turística.

20. Estadística II:

Introduce al estudiante en el análisis de datos secundarios, su relevancia para el área del turismo; sistemas de información útil a la actividad turística públicos y privados, en Uruguay y en Argentina; características principales de los datos proporcionados por éstos y análisis estratégicos factibles para el desempeño de la actividad profesional en el campo del turismo.

Nociones de probabilidad. Distribuciones de probabilidad. Métodos de muestreo. Metodología de la encuesta. Análisis e interpretación de datos secundarios referidos a la actividad turística.

21. Antropología Social y Cultural:

Aporta una introducción al conocimiento antropológico, facilitando el reconocimiento y análisis de manifestaciones culturales, permitiendo una visión integradora del turismo como hecho social y cultural dentro del ámbito nacional, regional e internacional.

La antropología como ciencia. Cultura e identidad. Cambio cultural. Biología y cultura. Metodología y técnica de investigación antropológica. Relaciones de campo. Técnicas de conversación. Registro y organización de la información.

23. Patrimonio Cultural:

Aborda el conocimiento y definición de patrimonio cultural, estudiando sus variadas manifestaciones, su ubicación e interrelación con el paisaje natural y el entorno social, en función de un manejo global de los recursos culturales que pueden ser considerados turísticamente. Incluye el conocimiento en lo material. El curso debe instrumentarse en coordinación con Geografía Turística I y II e Historia Regional I y II.

Concepto, caracterización y clasificación. Patrimonio y sociedad. Protección y conservación del patrimonio cultural. Ubicación e interrelación con el paisaje natural y el entorno social.

24. y 27. Teoría del Turismo I y II:

Proporciona el proceso de conceptualización del turismo, a través de la identificación de sus límites teóricos. Permite al estudiante desarrollar una concepción global de la recreación y el turismo como un fenómeno cultural complejo vinculado a la presencia y uso del tiempo libre que influye y recibe influencias del contexto institucional y socioeconómico.

RECTORADO

//

Análisis de los diferentes modelos de desarrollo turístico. Análisis de las diferentes teorías del desarrollo. Las teorías actuales: principales autores. El papel del Estado en la organización, administración y control del tiempo libre. Necesidades y valores en el comportamiento turístico. El turismo social: concepto, demandas y conflictos. Evolución del turismo social en Argentina y Uruguay.

25. y 28. Organizaciones Turísticas I y II:

Proporciona la terminología básica, documentación, registro y formas de operar de las instituciones y/o empresas prestadoras de servicios de todos los sectores turísticos. Permite comprender la problemática de los mismos, así como lograr la capacidad para generar propuestas creativas y de impacto nacional y regional.

Organización de empresas turísticas. Técnica de hospedaje. Contabilidad hotelera. Gastronomía. Alimentos y bebidas. Enología y vitivinicultura. Agencia de viajes. Sistemas de transportes turísticos. Organización de grupos, convenciones y congresos. Relaciones públicas. Promoción y ventas. Calidad total.

26. Ecología y Medio Ambiente:

Considera en forma sucinta las diferentes teorías ecológicas, con énfasis en el conocimiento de los procesos naturales y los ecosistemas.

Marco teórico conceptual. Estructura y funcionamiento de ecosistemas. Ambiente. Diagnóstico y evaluación de la calidad ambiental. Gestión ambiental.

29. El Arte en la Cultura:

Introduce al estudiante en el conocimiento de las distintas manifestaciones culturales y su vinculación con la recreación y el turismo en el marco del contexto social, económico y político, tanto nacional como regional.

Conceptos y clasificación. Estudio de las diversas expresiones artísticas en su vinculación con la recreación y el turismo. Interrelaciones de las expresiones artísticas en el contexto social, político y económico. Formas cultas y populares. Pintura y escultura. La música y las distintas manifestaciones. Espectáculos, recitales, exposiciones y museos.

30. y 34. Seminario I y II:

El espacio está destinado a indagar en las particularidades y características propias de las diversas alternativas que hacen al turismo. Por medio de una metodología de investigación, el estudiante profundiza en la problemática específica de un área o tipo de actividad que contribuya a nutrir este campo de estudio. Se deben aprobar dos Seminarios que versen sobre algunas de las temáticas que, a modo de ejemplo, se detallan a continuación:

- 1) Turismo Rural.
- 2) Turismo Aventura.
- 3) Turismo Termal.
- 4) Turismo de Congresos y Eventos.
- 5) Servicios Turísticos.
- 6) Turismo Cultural.
- 7) Políticas Turísticas.
- 8) Turismo Social.
- 9) Conservación del Patrimonio Turístico.

RECTORADO

//

31. Economía del Turismo:

Proporciona conocimientos sobre las relaciones de la actividad turística en el contexto macroeconómico, haciendo análisis de indicadores económicos y considerando aspectos del desarrollo regional y posibilidades de complementación.

Caracterización del turismo como actividad económica. Mercado del turismo. Características y comportamiento. Infraestructura turística. Cadenas productivas y cluster turístico. Encadenamiento del turismo con otros sectores productivos. Determinantes de la competitividad en el sector turístico.

32. Gestión de Organizaciones Turísticas:

Permite que el estudiante adquiera conocimientos relativos a la planificación, gestión y control de empresas turísticas, con especial énfasis en la administración de recursos humanos. Asimismo, realiza un análisis de las pequeñas y medianas empresas turísticas y la organización turística pública.

Organizaciones turísticas. Características. Misión. Problemática actual. Ambiente interno y externo. Estructura. Sistema de información. Subsistemas componentes. Herramientas y técnicas de gestión. Diagramas y formularios. Procedimientos y control interno.

33. y 35. Productos Turísticos I y II:

Permite que el estudiante adquiera el conocimiento y caracterización de los productos de Argentina y Uruguay que resultan fundamentales en la implementación de diagnósticos, políticas turísticas y programas de acción. Aporta la capacidad de implementar y/o evaluar productos turísticos de altos componentes diferenciadores teniendo en cuenta la calidad, diversidad, singularidad y autenticidad del producto.

Oferta turística de Argentina y Uruguay. Regionalización. Potencialidades turísticas de ambos países para generar productos con componentes diferenciadores (calidad, diversidad, singularidad y autenticidad).

36. Proyectos Turísticos:

Permite que el estudiante adquiera conocimientos y habilidades para la formulación y evaluación de proyectos del sector privado y público, referidos a la actividad turística, poniendo especial énfasis en las actividades y las claves de la sistematización y presentación de la información.

Tipos de proyectos. Aspectos a considerar. Evaluación de proyectos del sector privado y público. Criterios. Evaluación social de proyectos. Efectos. Presentación a organismos públicos y privados.

37. Taller de Investigación:

El estudiante, orientado por el docente a través del trabajo de taller, debe construir su proyecto de tesina de grado, para quedar en condiciones de iniciar, o continuar ese trabajo bajo los parámetros científicos. Es la instancia de articulación de todos los conocimientos y destrezas adquiridas durante los cursos anteriores. Las prácticas de las rutinas del trabajo de investigación son lo central en este taller. Leer, elaborar, observar, analizar, entre otras,



RECTORADO

//

son actividades a encarar por el estudiante durante este curso.
Diseño y proyecto de investigación. Técnicas de investigación. Informe de investigación.
Criterios para la comunicación de los resultados.

38. Pasantía:

El estudiante se desempeña en tareas concretas, vinculadas a su formación, en régimen de pasantía, en una empresa o institución turística pública, adecuadamente seleccionada, para completar la formación en el plano práctico.

39. Tesina:

El alumno debe elaborar y presentar un trabajo final, para su aprobación, de acuerdo a lo proyectado en el Taller de Investigación, relacionado con el área de formación específica de la carrera, debiendo cumplir con las formalidades del trabajo académico.

RECTORADO

ANEXO IV

LICENCIATURA BINACIONAL EN TURISMO
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓNPERFIL DEL LICENCIADO EN TURISMO

El plan de estudios apunta a la formación integral de profesionales en el área turismo, en tanto una actividad que genera interrelaciones sociales, económicas, culturales, ambientales y políticas. Por ser una actividad dinámica presenta constantes desafíos que requieren un profesional en condiciones de abordar la realidad turística desde una perspectiva que articule permanentemente el saber científico y la práctica. El profesional deberá ser capaz de conocer las problemáticas propias de la actividad y actuar sobre la realidad con sentido crítico y eficiencia.

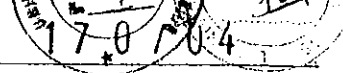
Para ello requiere de:

- Conocimiento de las potencialidades turísticas locales y regionales y del contexto histórico, económico, social, cultural y político.
- Conocimiento sobre herramientas de administración y gestión que permitan al egresado participar y colaborar con la dirección de organizaciones afines al turismo.
- Conocimiento de requerimientos legales en el ámbito del sector turístico.

ALCANCES DEL TÍTULO

El Licenciado en Turismo estará capacitado para:

- 1) Realizar estudios e investigación teórica y aplicada del turismo.
- 2) Elaborar y diseñar políticas turísticas a nivel nacional en el marco de la integración regional.
- 3) Elaborar, formular, dirigir y evaluar planes, proyectos y programas de desarrollo turísticos.
- 4) Coordinar y dirigir equipos interdisciplinarios y multidisciplinarios de investigación.
- 5) Asesorar acerca de la estructura y funcionamiento técnico de entes, instituciones o empresas de actividades turísticas.
- 6) Planificar, organizar y controlar actividades específicas en áreas de su competencia en el ámbito público y privado.
- 7) Asesorar y coordinar acciones relativas a la preservación de los diferentes aspectos del patrimonio turístico y de recreación.



RECTORADO

ANEXO V

TECNICATURA BINACIONAL EN TURISMO
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PLAN DE ESTUDIOS

Asignatura	Horas Sem.	Total Asig.	Total Sem.	Total Sem.	Total Anual
------------	------------	-------------	------------	------------	-------------

Primer Semestre

01	Introducción al Turismo	6	96			
02	Geografía Turística I	6	96			
03	Historia Regional I	3	48			
04	Introducción a la Economía	6	96			
05	Inglés I	3	48	24	384	

Segundo Semestre

06	Geografía Turística II	6	96			
07	Historia Regional II	6	96			
08	Administración General	6	96			
09	Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales	6	96			
10	Inglés II	3	48	27	432	816

Tercer Semestre

11	Portugués I	3	48			
12	Legislación Turística	6	96			
13	Planificación Turística	6	96			
14	Gestión de Comercialización	3	48			
15	Estadística	3	48			
16	Inglés III	3	48	24	384	

Cuarto Semestre

17	Marketing Turístico	3	48			
18	Sociología del Turismo	6	96			
19	Comunicación	3	48			
20	Patrimonio Cultural	6	96			
21	Antropología Social y Cultural	6	96			
22	Portugués II	3	48	27	432	816



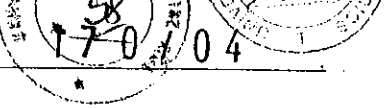
RECTORADO

//

Quinto Semestre

23	Pasantía	3	48			
24	Taller de Proyectos	6	96			
25	Ecología y Medio Ambiente	6	96	15	240	240
Total de horas de la carrera						1872

Título a otorgar: Técnico en Turismo



RECTORADO

ANEXO VI

**TECNICATURA BINACIONAL EN TURISMO
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN**

RÉGIMEN DE CORRELATIVIDADES

Asignatura	Correlativas
------------	--------------

Primer Semestre

01	Introducción al Turismo	-
02	Geografía Turística I	-
03	Historia Regional I	-
04	Introducción a la Economía	-
05	Inglés I	-

Segundo Semestre

06	Geografía Turística II	01-02
07	Historia Regional II	01-03
08	Administración General	-
09	Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales	-
10	Inglés II	05

Tercer Semestre

11	Portugués I	-
12	Legislación Turística	-
13	Planificación Turística	01-04-08
14	Gestión de Comercialización	01-08
15	Estadística	-
16	Inglés III	05-10

Cuarto Semestre

17	Marketing Turístico	01-04-08-14
18	Sociología del Turismo	01-03-07
19	Comunicación	01
20	Patrimonio Cultural	1 a 10
21	Antropología Social y Cultural	01-09
22	Portugués II	11

Quinto Semestre

23	Pasantía	1 a 5
24	Taller de Proyectos	1 a 10-13-14-15-17
25	Ecología y Medio Ambiente	1 a 10

RECTORADO

A N E X O VII

TECNICATURA BINACIONAL EN TURISMO
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

CONTENIDOS MÍNIMOS

01. Introducción al Turismo:

Proporciona el concepto y significado del turismo, así como su historia, con especial énfasis en la región. Considera la evolución del sector turismo en sus vertientes internacional, regional y nacional.

Definiciones y conceptos básicos. Historia del turismo. Clasificación. Noción de la estructura del sistema turístico. Análisis de modelos.

02. y 06. Geografía Turística I y II:

Ambos cursos profundizan en los elementos geográficos más relevantes para la actividad turística (en lo nacional, regional e internacional), priorizando los enfoques de la Geografía Humana.

Turismo y geografía. Componentes físico-naturales del espacio turísticos. Componentes económicos del espacio turístico. Análisis y expresiones cartográficas de los fenómenos turísticos. La región turística. Espacio turístico argentino y uruguayo. El Cono sur como región turística.

03. y 07. Historia Regional I y II:

A partir de una visión integradora, de escala supranacional, aborda el conocimiento de los procesos sociales desde la etapa pre-colonial, con énfasis en los aspectos culturales, y su traducción en modalidades que permitan conjugar la dimensión recreativa del turismo con la comprensión diacrónica de la realidad.

El espacio geográfico. Condicionamientos coloniales. De los proyectos amplios a la emancipación. Comienzo de los estados. Entrelazamiento cultural. Evoluciones y retrocesos de la efectiva integración. Los primeros intentos institucionales. Promoción estatal y privada. Características del primer desarrollo turístico. Turismo y región. Relativo crecimiento de las modalidades de agroturismo, ecoturismo y turismo cultural. Deportes, espectáculos y turismo.

04. Introducción a la Economía:

Proporciona nociones sobre el objeto del conocimiento de la Economía y, en particular, sobre la problemática nacional, regional e internacional. Aborda, asimismo, el análisis de las relaciones sociales que tienen lugar en orden a la generación, apropiación y uso del valor económico. Aporta el conocimiento de las teorías contemporáneas más gravitantes en el área latinoamericana.

Crecimiento y desarrollo. Mercados, distintos enfoques. Producción, factores productivos, productividad, costos, demanda. Determinación de los precios. Producto Nacional. Estructura económica y sistemas económicos. El rol del sector público en la economía. Estrategias, enfoques e indicadores de desarrollo. Desarrollo tecnológico. Conceptualización. Sistema nacional/regional de innovación. Características del desarrollo tecnológico. Causas y consecuencias. Población, trabajo, condición de actividad económica. Instrumentos estadísticos. Inserción internacional. Balanza de pagos y sus componentes. Acuerdos

RECTORADO

//

internacionales de comercio y de integración. Proteccionismo y librecambio, mercado cambiario y tipo de cambio.

05. 10. y 16. Inglés I, Inglés II, Inglés III:

Se desarrollan gradualmente las destrezas lingüístico-discursivas básicas relacionadas con las cuatro macrohabilidades productivas y receptivas, con énfasis en la oralidad, que hacen a la comunicación cotidiana en el contexto de la especialidad, de manera que el futuro graduado cuente con los elementos necesarios que le permitan interactuar lingüísticamente en situaciones que hacen a su práctica profesional.

Aspectos morfosintáctico, semántico y pragmático referidos a las funciones comunicativas recurrentes en la práctica profesional, tales como otorgamiento de información, atención al cliente, lectura de folletos o descripciones turísticas, confección de formularios.

08. Administración General:

Aporta nociones generales sobre Organización y Administración aplicadas a los diferentes sectores específicos vinculados a la actividad turística (hotelería, transportes, agencias, comercio, otros servicios), así como a los recursos humanos involucrados.

Aspectos conceptuales de la administración. Tecnologías para la gestión de organizaciones. Las organizaciones: la estructura, el personal, la gestión del conocimiento, la responsabilidad social. El proceso administrativo: planeamiento, gestión y control. El contexto local, regional (en particular, el Mercado Común del Sur), e internacional.

09. Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales:

Proporciona el conocimiento de la metodología y técnicas de la investigación en las ciencias sociales, enfocado como iniciación en la práctica de la investigación en el campo del turismo. Prepara al estudiante para adquirir la capacidad de plantear y desarrollar un trabajo de investigación en concreto.

Aplicación de tendencias actuales en la investigación social. Estrategias metodológicas: dimensiones cuantitativas y cualitativas. Diseño de investigación.

11. y 22. Portugués I - Portugués II:

Se procura especialmente alcanzar destrezas lingüístico-discursivas, especialmente las relativas a actos de habla en idioma portugués con referencia a los desempeños necesarios en la práctica profesional del graduado.

Abordaje léxico semántico: vocabulario general, comercial y turístico. Aspectos de la vida social y cultural, tradiciones y costumbres del Uruguay, Argentina y Brasil. Abordaje morfosintáctico: contenidos gramaticales. Abordaje pragmático. Actos de habla: directivos, representativos. Efecto perlocucionario: la persuasión. Enunciación.

12. Legislación Turística:

Proporciona el conocimiento y análisis de las legislaciones argentina y uruguaya en materia turística, aplicada a los diferentes sectores involucrados, así como la consideración de temáticas turísticas que requieren desarrollo a nivel normativo. Aporta el estudio de los organismos públicos y privados, nacionales, regionales e internacionales, vinculados a la actividad así como de los tratados y convenciones a los que adhieren ambos países.

**RECTORADO**

//

Derecho y turismo. Legislación. Reglamentación. Relaciones jurídicas. Sujetos. Objeto. Contratos. Formas y modalidades. Efectos. Consecuencias. Responsabilidad.

13. Planificación Turística:

Considera los alcances pluridimensionales de las actividades y las implicancias interdisciplinarias de la planificación social. Desarrolla proposiciones sistemáticas de inducción, acción y gestión de alternativas turísticas y recreativas.

Marco conceptual del planeamiento. El ámbito a ser intervenido. La toma de decisiones. Planeamiento del turismo y la recreación. Aspectos físicos de la planificación. Análisis socio-económico.

14. Gestión de Comercialización:

Proporciona conocimientos sobre técnicas de gestión comercial en aplicación de los principios de Administración general, así como para el asesoramiento de los niveles gerenciales, empresariales y sectoriales vinculados al turismo, con el fin de desarrollar planes de promoción en las áreas involucradas.

Comercialización: concepto, evolución, etapas y enfoques. Planeamiento estratégico y operativo en comercialización. Mezcla comercial: producto, mercado, precio y promoción. Características de los servicios como producto. Actores internos y externos a la organización. Microambientes y macroambientes. Marketing interno.

15. Estadística:

Introduce al alumno en los conceptos fundamentales para el análisis de datos cuantitativos y al manejo de las técnicas de análisis estadístico descriptivo.

Técnicas de análisis estadístico descriptivo. Análisis univariado y bivariado de variables nominales, ordinales e intervalares (centralidad, dispersión, tablas de contingencias, comparación de medias y proporciones, etc.).

17. Marketing Turístico:

Capacita para el análisis de la factibilidad e identificación de productos y aporta elementos para la evaluación de estrategias turísticas en base a métodos estadísticos.

Plan de negocios en turismo. Estrategias de comercialización. Mercado: investigación de mercado (técnicas de investigación, identificación de oportunidades, análisis de la demanda actual y futura). Segmentación del mercado. Mercado Meta. Consumidor y Cliente. Estudios de comportamientos de compras y poscompra. Comunicación del Producto: promoción y publicidad. Precios: políticas, estrategias, fijación de precios (métodos).

18. Sociología del Turismo:

Proporciona nociones sobre el objeto del conocimiento sociológico. Incorpora nociones de sociología regional y de procesos de dinámica social, vinculadas a las actividades turísticas.

La evolución de la sociología. La sociología como ciencia. La vida urbana moderna. Lo global y lo local. La sociología del ocio. La perspectiva social en el estudio del tiempo libre.

RECTORADO

//

19. Comunicación:

Orienta al estudiante acerca de los componentes básicos de la interacción comunicativa y sus fundamentos epistemológicos. Realiza una recorrida por los principales modelos teóricos que explican los fenómenos comunicativos humanos, tanto generales como particulares. Genera una base conceptual que permita entender el papel de la comunicación en la sociedad y en las organizaciones en especial referida al campo del turismo.

Componentes básicos de la interacción comunicativa. Bases epistemológicas de la comunicación como ciencia y modelos teóricos de la comunicación. La comunicación como instrumento de gestión de las organizaciones turísticas. Estudio y planificación de la comunicación turística.

20. Patrimonio Cultural:

Aborda el conocimiento y definición de patrimonio cultural, estudiando sus variadas manifestaciones, su ubicación e interrelación con el paisaje natural y el entorno social, en función de un manejo global de los recursos culturales que pueden ser considerados turísticamente. Incluye el conocimiento en lo material. El curso se instrumenta en coordinación con Geografía Turística I y II e Historia Regional I y II.

Concepto, caracterización y clasificación. Patrimonio y sociedad. Protección y conservación del patrimonio cultural. Ubicación e interrelación con el paisaje natural y el entorno social.

21. Antropología Social y Cultural:

Aporta una introducción al conocimiento antropológico, facilitando el reconocimiento y análisis de manifestaciones culturales, permitiendo una visión integradora del turismo como hecho social y cultural dentro del ámbito nacional, regional e internacional.

La antropología como ciencia. Cultura e identidad. Cambio cultural. Biología y cultura. Metodología y técnica de investigación antropológica. Relaciones de campo. Técnicas de conversación. Registro y organización de la información.

23. Pasantía:

A los fines de tomar contacto con la realidad de las actividades turísticas regionales, realiza tareas en instituciones publicas o privadas del sector.

24. Taller de Proyectos:

Consiste en la realización de trabajos prácticos relativos a la elaboración de proyectos turísticos, tanto para el sector público como privado.

25. Ecología y Medio Ambiente:

Considera en forma sucinta las diferentes teorías ecológicas, con énfasis en el conocimiento de los procesos naturales y los ecosistemas.

Marco teórico-conceptual. Estructura y funcionamiento de ecosistemas. Ambiente. Diagnóstico y evaluación de la calidad ambiental. Gestión ambiental.

RECTORADO

A N E X O VIII

TECNICATURA BINACIONAL EN TURISMO
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

PERFIL DEL TÉCNICO EN TURISMO

El Técnico en Turismo recibe una formación específica del sector turismo relativa a historia regional, geografía turística, legislación y planificación turística, idiomas, comercialización y de asignaturas que, cimentando una dimensión socioeducativa, permiten su aplicación práctica tomando en cuenta las perspectivas que presenta la actividad. Asimismo, el Técnico en Turismo está capacitado para integrar equipos de trabajo, realizar funciones administrativas y comerciales, tanto en entes públicos como privados.

ALCANCES DEL TÍTULO

El técnico en turismo estará capacitado para:

- 1) Colaborar en la formulación de planes, proyectos y programas de desarrollo turísticos.
- 2) Aplicar técnicas de marketing y promoción turística.
- 3) Ejecutar y controlar actividades específicas en áreas de competencia turística.
- 4) Coordinar acciones relativas a la preservación de los diferentes aspectos del patrimonio turístico y de recreación.
