

UNTREF

UNIVERSIDAD NACIONAL
DE TRES DE FEBRERO

UNTREF

VIRTUAL

LICENCIATURA Y TECNICATURA EN TURISMO

Modalidad a Distancia

Creación Junio de 2020

1. IDENTIFICACIÓN DE LA CARRERA

Denominación: Licenciatura en Turismo

Nivel académico: Grado Universitario

Modalidad: A Distancia

Títulos a otorgar: Licenciado/a en Turismo.

Título intermedio: Técnico/a universitario/a en Turismo

Tipo: Carrera completa.

Duración del plan de estudios: Licenciatura 4 años, 2816 horas.

Tecnicatura 2 años y medio, 1616 horas.

Tipo de plan de estudio: Continuo, estructurado.

Marco normativo:

– SIED: RESFC-2019-63-APN-CONEAU#MECCYT

2. FUNDAMENTACIÓN

El turismo es un fenómeno social central en las sociedades modernas. Desde mediados del siglo XX, y en particular en la posguerra (OMT, 2012), su crecimiento fue muy significativo (OMT, 2010).

El turismo es un fuerte generador de recursos económicos y sociales. Sus principales actores son quienes forman la compleja red que hacen de esta actividad una de las más activas a nivel mundial y con mayores perspectivas de crecimiento local.

En el mundo del turismo de descanso, de diversión o de negocios la demanda se ha diversificado y ha crecido exponencialmente en las últimas décadas. El turismo es uno de los sectores estratégicos más importantes y con mayor desarrollo en muchos países. El turismo representa una de las actividades que facilita el enriquecimiento e intercambio cultural y social. Las sociedades y las culturas se identifican e intercambian bienes en un proceso permanente de comunicación.

Según datos del Barómetro de la OMT, en 2018 se alcanzó a los 1.400 millones de arribos de turistas internacionales (+6%), consolidando los resultados de 2017 y siendo el año con mayor crecimiento desde 2010. En Argentina, por vía aérea internacional en el año 2018 hubo un flujo de 2.469.400 turistas (ETI, INDEC¹), indicador que muestra el dinamismo de la actividad en nuestro país.

Para muchos países, la posibilidad del turismo receptivo constituye un importante recurso para el desarrollo, a través de la obtención de beneficios económicos directos, generación de puestos de trabajo, difusión de los recursos naturales y culturales y contribución a su protección y conservación.

En los últimos años el crecimiento de la actividad turística hace prever la necesidad de formación de recursos humanos para el desarrollo de actividades profesionales que incluyen no

¹ Turismo receptivo por vía aérea en Aeropuerto Internacional de Ezeiza y Aeroparque Jorge Newbery (Encuesta de Turismo Internacional, INDEC, total 2018).

sólo empresas del sector privado, sino también organismos y entidades del sector público que asociadas a la regulación, inversión pública, conducción, orientación, transmisión y asistencia de la actividad turística tanto en el plano local como el nacional y el internacional.

Estos impactos y procesos de crecimiento requieren también de la investigación y evidencia empírica para establecer tendencias, y orientación a estos procesos, y los posibles problemas e impactos no deseados del desarrollo turístico. En los últimos años se ha avanzado en la aplicación de estadísticas a la medición del impacto económico del turismo (OMT, 1998), y en el desarrollo de indicadores y agregados macroeconómicos (v.g. consumo turístico receptor, emisor, interno, valor agregado del turismo), que en general se integran a las metodologías utilizadas para la elaboración de las cuentas nacionales (OMT, 2010) y las balanzas de pagos (FMI, 1993; *International Monetary Fund*, 2009). Esto permite el análisis del impacto social (Unión Europea, 1995) y económico de la actividad (Comisión de las Comunidades Europeas, FMI, OCDE, ONU, & Mundial, 1993). Todo un cúmulo de investigaciones empíricas orientado muchas veces por los organismos de estadística nacionales, e integrado al sistema de cuentas nacionales a través de las cuentas satélites de turismo, ha contribuido a poner de relieve la importancia del turismo en el desarrollo económico y social. En este sentido, esta oferta académica integra materias de metodología de investigación social y estadística aplicada al turismo.

El turismo potencialmente puede tener un impacto importante en el desarrollo económico y social de las comunidades, y en el perfil demográfico de la distribución territorial de la población en los países. En muchos países la integración y el aumento de la conectividad entre territorios y comunidades ha sido fuertemente impulsada por la actividad turística.

El turismo es una actividad transversal, que integra en su dinámica a diversos actores del entorno donde se despliega (Capanegra, Mantero, & Bertoncetto, 2008). Dada esta pluralidad de actividades (Mantero, 2000) se requiere una integración y cooperación entre el sector público y privado, entre las empresas globalizadas y las pequeñas empresas locales, entre las regulaciones internacionales y nacionales, entre el sector público nacional y los estados locales. Esto muchas veces deriva en una armonía entre pequeñas o microempresas, quizás algo atípica en el competitivo capitalismo moderno. En las comunidades turísticas suele ser patente la cooperación entre las distintas empresas locales (Oliva, 2008, 2010). En este sentido tanto las empresas, como los decisores de inversiones y políticas turísticas, requieren de profesionales altamente cualificados para conseguir sus objetivos, e incluso integrar objetivos del sector público y el privado.

A eso se suma que en contexto de la pandemia del COVID-19 el sector turismo vive la crisis más importante de la historia de la actividad. Esto ha requerido nuevos procedimientos, acciones y protocolos. Y probablemente ir adaptando coyunturalmente con mayor énfasis el turismo de cercanía hasta poder restablecer en toda su magnitud el turismo de larga distancia. Los técnicos y profesionales del turismo tendrán un papel relevante en estas redefiniciones y adaptaciones.

Las empresas turísticas poseen unos rasgos diferenciadores que obligan a poner en práctica estrategias específicas, en mercados y destinos altamente competitivos. Por este motivo, la especialización es fundamental.

Las personas que viajan, por el motivo que sea, necesitan infraestructuras y servicios adaptados a sus necesidades particulares: medios de transporte a alojamientos, actividades culturales, restaurantes, etc. El sector turístico necesita trabajadores cualificados en todas estas áreas, pero especialmente en puestos de responsabilidad y ello implica conocer a fondo el mercado para responder a unas demandas cada vez más exigentes. También requiere de habilidades para dirigir equipos humanos muy heterogéneos.

El turismo es un ámbito empresarial y de gestión pública que permite desarrollarse profesionalmente en prácticamente cualquier país. Por ello la capacitación en gestión de servicios turísticos permite adquirir conocimientos y manejar herramientas que se pueden aplicar en otros campos empresariales. Es el caso del marketing y comunicación, de la gestión de equipos o del análisis financiero.

Las exigencias de formación son el resultado del proceso de globalización, así como es la evolución de las actividades desarrolladas por los prestadores de servicios turísticos. También de un proceso en el cuál la actividad turística se ha vuelto en gran medida dependiente de nuevas tecnologías de conectividad, tanto en los sistemas de contratación de servicios turísticos, como en las nuevas formas de marketing y difusión de información turística en las redes sociales online.

En esta oferta educativa de la licenciatura / tecnicatura en turismo, se tiene en cuenta que en la actualidad, la presencia en Internet se ha vuelto un factor imprescindible en toda la actividad y comercialización / promoción del turismo. En esta oferta académica se incluyen materias orientadas a formar en el uso de la información, en todos los procesos de gestión en los distintos momentos de la experiencia turística, y para las actividades de marketing y promoción turística. También, se incluye formación en temáticas de uso de grandes bases de datos, sistemas de reservas, y *big data*.

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) tienen una gran importancia en la industria de los viajes y el turismo. Esto se debe a que las actividades que se realizan requieren un uso intensivo de información y de las comunicaciones. Las aplicaciones y nuevas tecnologías contribuyen de manera estratégica en la promoción y comercialización, impulsando la configuración de nuevas estructuras organizacionales, modelos de negocios y sistemas de gestión.

En la actividad turística actual, se busca satisfacer las demandas de información y comunicación en todos los momentos que conformarán la "experiencia turística": inspiración, organización del viaje, mientras se consume el servicio y a su regreso. En este contexto se debe considerar las oportunidades que ofrece internet para lograr un posicionamiento y mensaje más efectivo hacia el mercado. Entre los nuevos conceptos se destaca, el análisis del comportamiento de los usuarios, la calidad de los sitios web orientados a los consumidores, la optimización para la visibilidad en los resultados de los buscadores y las estrategias de publicidad en la red de búsqueda, contenido y redes sociales.

En los contenidos curriculares se abordan los aspectos básicos del Derecho y sus vínculos con el turismo, así como las relaciones de derecho privado con aspectos básicos como las obligaciones y los contratos turísticos. La distinción entre Derecho Privado del Turismo y el Derecho Público del Turismo, es un planteo novedoso y un tratamiento completo a todos los temas jurídicos que necesita conocer el futuro profesional. Se incluye en los contenidos de esta

carrera el derecho laboral que es importante por las múltiples obligaciones y derechos que surgen de las relaciones laborales. Esta materia se orienta a la formación del profesional que se desempeñará en el sector privado. Se abordan también los aspectos básicos del Derecho Público. A partir de la Constitución Nacional se asigna la distribución de competencias en el dictado de las normas del turismo (Estado nacional, provincial, municipal). Dado que la carrera virtual tendrá alumnos de todo el país, se desarrolla la normativa propia de las provincias y la incidencia del municipio en el ordenamiento del turismo, con el objetivo de darle un contenido federal.

Al mismo tiempo la carrera incluye contenidos del análisis y aplicaciones de procedimientos y estándares de calidad turística, y las normas técnicas ISO, IRAM y similares. Y al mismo tiempo se incluyen aspectos del uso de Sistemas de Información Geográfica (GIS), con una integración a la oferta académica de UNTREF en esta materia².

Argentina ha definido a la actividad turística como una de las áreas centrales para su desarrollo, convirtiéndose en un destino turístico centrado en su riqueza cultural, histórica y natural. Este hecho obliga a delinear un perfil o modelo profesional que compatibilice con los objetivos, necesidades e intereses del turista a la vez que potencie las fortalezas culturales y naturales de nuestro país.

La carrera busca garantizar una formación suficiente para cumplir con las competencias que demanda este sector productivo.

La dirección de la carrera estará a cargo del Dr. Miguel Oliva.

FUNDAMENTACIÓN DE LA MODALIDAD A DISTANCIA.

El sistema a distancia creado mediante la resolución del Consejo Superior N° 32/02, y su posterior creación del Sistema Institucional de Educación a Distancia (SIED) de UNTREF validado por Resolución Ministerial 175/19, responde a la necesidad de facilitar, en tiempo y espacio, el acceso a la formación aprovechando las nuevas posibilidades tecnológicas. Asimismo viene facilitando la incorporación de personas a programas formativos que de otro modo hubieran quedado excluidas, en la medida que esta modalidad permite acceder a una formación para quienes no cuentan con la posibilidad de realizar estudios presenciales en sus lugares de residencia. En la educación a distancia no existen días y horarios para cursar, ya que las clases se desarrollan en una plataforma o Campus Virtual. Los alumnos deben ingresar al Campus Virtual al menos una vez cada 48 hs para revisar las nuevas propuestas de los docentes (nuevo material, nuevos mensajes en foros, consignas). Estas posibilidades tienen mayor relevancia en el caso de adultos profesionales que trabajan y disponen de tiempos reducidos para concurrir a clases, así como de jóvenes que viven en zonas alejadas de las Instituciones formativas.

La UNTREF viene teniendo un importante desarrollo en el campo virtual desde el año 2002. Para ello cuenta con recursos humanos, docentes de amplia formación y trayectoria, pedagogos, técnicos e informáticos adecuados y con la capacidad tecnológica requerida. La UNTREF Virtual hoy ofrece cursos, diplomaturas, tecnicaturas, licenciaturas, cursos y posgrados en esta modalidad.

² Untref Virtual tiene una carrera de Licenciatura virtual en GIS, dirigida por el Lic. Adrián Iulita.

UNTREF Virtual cuenta con Unidades de Apoyo Académico que funcionan como espacios para rendir los exámenes finales presenciales de cada materia en las provincias argentinas, ofrecidas al alumno de acuerdo a la cercanía.

La Licenciatura en Turismo en modalidad a distancia de la UNTREF, está respondiendo a diversas necesidades de formación de profesionales en turismo de la Argentina y de la región latinoamericana. Dichas necesidades se manifiestan en algunos casos en el sentido de una profundización de conocimientos, o de expandir y contrastar su comprensión mediante un abordaje internacional, y/o con la intención de ampliar las incumbencias de su contribución profesional a la sociedad, ya sea desde su inserción en el sector privado, o a partir de experiencias asociativas y la gestión en el sector público. Al mismo tiempo, con los eventos de dominio público que se suscitaron a partir de la pandemia del COVID-19, y la suspensión de clases presenciales en casi todos los niveles y ámbitos educativos en varios países del mundo durante 2020, las modalidades virtuales han crecido en demanda, uso cotidiano y centralidad social.

La modalidad a distancia permite introducir nuevos enfoques en la tarea de educar, adecuando programas y metodologías de estudio, integrando concepciones, experiencias y docentes de otros países, lo cual favorece la construcción de saberes, el diálogo intercultural, y la visibilización y puesta en valor de una pluralidad de expresiones nacionales y regionales de la actividad.

UNTREF VIRTUAL cuenta con experiencia en la formación virtual en el área de turismo, contando a nivel posgrado con una Maestría en Gestión Turística del Patrimonio (MGTP), y un Curso Internacional de Posgrado de Patrimonio y Turismo Sostenible (Cátedra Unesco de Turismo Cultural). La carrera articulará materias con esta oferta académica, de manera de facilitar a sus egresados estudios y especialización en posgrados referidos a turismo y patrimonio. Se hará particular hincapié en la articulación con esta oferta de posgrado.

La MGTP³, desarrollada íntegramente en modalidad virtual, les permite a los participantes incorporar habilidades para reconocer y ponderar los bienes materiales e inmateriales que constituyen referentes simbólicos de la identidad de una comunidad, y diseñar estrategias destinadas a su conocimiento, valoración y preservación. Asimismo, los capacita para realizar estudios e investigaciones relativos a estos bienes y a la gestión del patrimonio turístico. La maestría cuenta con el seminario Gestión de los Sitios del Patrimonio Mundial (Módulo UNESCO/UniTwin). En el marco de esta Maestría, y en un esfuerzo compartido entre la Cátedra UNESCO de Turismo Cultural UNTREF/AAMNBA Asociación de Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes y la Universidad Nacional de Tres de Febrero, una vez aprobadas 5 asignaturas⁴, se puede solicitar la certificación del Seminario UNESCO - “Gestión de los Sitios del Patrimonio Mundial” en el marco de la Cátedra UNESCO de Turismo Cultural UNTREF/AAMNBA (Universidad Nacional Tres de Febrero - Asociación de Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes). Al mismo tiempo, en este posgrado, los alumnos podrán cursar las 7 asignaturas restantes para la obtención del título de Magister en Gestión Turística del Patrimonio.

³ Dirigida por la Arq. Silvia Fajre.

⁴ SEMINARIO UNESCO: “Gestión de los Sitios del Patrimonio Mundial”: Turismo y Patrimonio, Marco jurídico Internacional, Gestión de Sitios Patrimoniales, Planificación del Turismo en Sitios Patrimoniales, Convención del Patrimonio Mundial.

El Curso Internacional de Posgrado de Patrimonio y Turismo Sostenible⁵ -- Cátedra Unesco de Turismo Cultural --, dictado por UNTREF VIRTUAL y la AAMNBA (Asociación Amigos del Museo Nacional de Bellas Artes), está orientado a capacitar a profesionales provenientes de diferentes disciplinas, para que puedan formular proyectos de desarrollo turístico a partir de la comprensión e interpretación acerca de los valores y significados del patrimonio cultural y natural de una determinada región o comuna. El curso está diseñado para satisfacer las necesidades de capacitación en base a los rasgos específicos y sistemas de gestión patrimonial y turísticos, propios de América Latina.

En la UNTREF VIRTUAL también se han dictado cursos virtuales de estadísticas aplicadas al turismo, dictadas por el Doctor Miguel Oliva.

Al mismo tiempo, y por el momento en términos de gestión, se están realizando convenios con Universidades Nacionales y de otros países (en particular de Uruguay) para fortalecer el ámbito de aplicación y enriquecer la experiencia con docentes y alumnos de otros países, fomentando por esa vía la integración de políticas y productos turísticos a nivel de la región Mercosur⁶.

A su vez, en los últimos años la aplicación de las TIC's en el turismo es un campo que ha cambiado toda la actividad turística, en sus distintas facetas comerciales y de gestión, que prácticamente en todos los puntos de la actividad requiere de nuevas tecnologías de conectividad web.

De esta manera, la Carrera contribuirá desde la Universidad al fortalecimiento de un corpus y una epistemología plural e integradora en el campo del turismo, constituyendo una respuesta a las necesidades de educación y de capacitación en distintos sectores de aplicación profesional en el turismo: técnicos, empresarios, funcionarios, y dirigentes sectoriales en Argentina y América Latina.

3. OBJETIVOS DE LA CARRERA

El plan de la **Licenciatura en Turismo** tiene los siguientes objetivos:

- Proporcionar el marco teórico y metodológico que permita a los egresados planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades vinculadas a la gestión turística en el sector público y privado con un enfoque sistémico e integral, utilizando eficientemente los recursos disponibles.
- Dotar de instrumentos técnicos y/o conceptuales que le permitan al egresado desarrollar proyectos vinculados al sector, cumpliendo con los estándares de calidad en la gestión y operación de empresas turísticas.

⁵ Dirigido por el Arq. Alfredo Conti.

⁶ Se buscará ampliar la oferta formativa a partir de convenios con diversos proveedores de software, como el Sistema de Gestión Integral de Agencia de Viajes Turismática (*TMA Anywhere*) y el programa de gestión (*ERP*) para empresas de viajes y turismo.

- Calificar a los egresados para generar emprendimientos exitosos con sus propias ideas de negocios, considerando el entorno sociocultural, natural y económico a través de una visión con énfasis en la gestión turística.
- Contribuir al aprovechamiento de los recursos turísticos existentes y potenciales, promoviendo el desarrollo turístico local, nacional y regional.

4. TÍTULOS DE LA CARRERA

El alumno que haya aprobado la totalidad de las actividades curriculares, así como el trabajo final, recibirá el título de **Licenciado/a en Turismo**.

Los alumnos que hayan aprobado la totalidad de las actividades curriculares hasta el quinto cuatrimestre (primer cuatrimestre del tercer año) recibirán el título de **Técnico/a Universitario/a en Gestión Turística**.

5. PERFILES DE LOS TÍTULOS

Perfil de Técnico/a:

El **Técnico Universitario en Gestión Turística** es un profesional que

- Gestiona y desarrolla los procesos operativos, administrativos y comerciales en las empresas turísticas.
- Programa y ejecuta las acciones destinadas a concretar la prestación de servicios turísticos de: transporte, alojamiento, elaboración de paquetes, asesoramiento en destinos y asistencia integral al turista; interpretando las necesidades y motivaciones del usuario consumidor.
- Ejecuta procedimientos administrativos considerando el marco legal del sector turístico procurando el correcto funcionamiento de la Empresa.

Tiene conocimientos de:

Los principios, procesos y procedimientos de gestión de servicios turísticos;

- Las técnicas y procedimientos de medición y evaluación de la actividad económica-de emprendimientos, programas y proyectos turísticos;
- El marco jurídico-normativo de aplicación a la actividad turística y a la comercialización de productos y servicios turísticos;
- Los principios, técnicas y procedimientos de la administración aplicables al planeamiento, gestión y control de emprendimiento, programas y proyectos turísticos;
- La operativa de redes sociales, de computación, para la sistematización de datos e información propia del turismo;
- La aplicación de procesos de calidad en el manejo de los servicios y productos turísticos;
- Las técnicas y la lógica y operatoria de indagación y los modelos de investigación aplicables al desarrollo del turismo.

Dispone además, de conocimientos instrumentales de idioma inglés.

Posee capacidad para:

- Formular estrategias de aseguramiento de la calidad y de control de procesos y procedimientos para el turismo;
- Diseñar y organizar emprendimientos, programas y proyectos turísticos en el estado, en forma autónoma o en el marco empresario.
- Formular estrategias de mejoramiento de los recursos de infraestructura, tecnología y equipamiento destinados a la gestión turística;
- Utilizar el conocimiento de la tecnología en su aplicación a la actividad turística, y de las variables contextuales y normas destinadas al área turística;
- Realizar evaluación y diagnóstico de situación en emprendimientos turísticos en el sector público y privado, y proponer alternativas de acción destinadas a mejorar su efectividad;

Perfil del Licenciado/a

El ***Licenciado en Turismo*** es un profesional que habiendo adquirido las habilidades y competencias de la carrera:

- Se desempeña, entre otros ámbitos, en emprendimientos del sector turístico, propios o ajenos; en la elaboración y ejecución de políticas turísticas, tanto en el ámbito privado como público de la actividad, así como en proyectos de investigación, en ramas específicas o generales del turismo.
- Gestiona y desarrolla los procesos operativos, administrativos y comerciales en las empresas turísticas.
- Programa y ejecuta las acciones destinadas a concretar la prestación de servicios turísticos de: transporte, alojamiento, elaboración de paquetes, asesoramiento en destinos y asistencia integral al turista; interpretando las necesidades y motivaciones del usuario consumidor.
- Ejecuta procedimientos administrativos considerando el marco legal del sector turístico.
- Desarrolla la habilidad de organización y resolución de problemas logísticos a través de la planeación y promoción del trabajo en equipo en los ámbitos laboral y social.
- Valora la trascendencia de la actividad turística en el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, nacionales, regionales e internacionales.
- Colabora y/o participa en organizaciones públicas o privadas relacionadas con el turismo.
- Investiga diversos aspectos del quehacer turístico, ya sea en ámbitos privados de estudios de mercado, como en oficinas especializadas en turismo del sector público.
- Colabora y participa en todo lo que tiene que ver con la investigación en el sector, y en el estudio de su impacto económico y social, en la creación de empleo, en su impacto en el combate contra la pobreza, y otros.
- Crea, promueve y comercializa productos turísticos.

- Identifica y analiza las variables políticas, económicas, sociales y culturales que inciden en la actividad turística.

Tiene conocimientos de:

- El contexto socio-histórico, su transformación y su problemática en relación al turismo;
- Los principios, procesos y procedimientos de gestión de servicios turísticos;
- Los esquemas conceptuales de las ciencias sociales que posibilitan la comprensión del turismo y sus instituciones;
- Los aspectos relevantes de la geografía turística nacional e internacional, y el enfoque global de la oferta y demanda turística;
- Los enfoques teórico-metodológicos de la investigación social y económica aplicada al turismo;
- Los elementos conceptuales y metodológicos de la Estadística necesarios para la toma de decisiones y la resolución de situaciones con manejo de variables en turismo;
- El uso de los Sistemas de Información Geográfica (SIG), y sus aplicaciones al turismo;
- Las técnicas y procedimientos de medición y evaluación de la actividad económica de emprendimientos, programas y proyectos turísticos;
- La aplicación y diseño de planes de Márketing turístico de destinos;
- Las estrategias de conducción de las personas en situación de trabajo;
- El marco jurídico-normativo de aplicación a la actividad turística pública y privada, y a la comercialización de productos y servicios turísticos;
- Los principios, técnicas y procedimientos de la administración aplicables al planeamiento, gestión y control de emprendimiento, programas y proyectos turísticos;
- Las normas y procedimientos de calidad turística, y los distintos organismos, estándares y certificaciones al respecto (ISO, IRAM, y otras);
- La operativa de redes sociales y de computación de uso general y la específicamente diseñada para la sistematización de datos e información propia del turismo;
- Los avances tecnológicos de aplicación al control de calidad en el manejo y distribución de servicios y productos turísticos;
- Las técnicas de elaboración y de análisis de datos y big data, y la lógica y operatoria de indagación y los modelos de investigación aplicables al desarrollo del turismo.

Dispone además, de conocimientos instrumentales de idioma extranjero, inglés.

Posee capacidad para:

- Realizar emprendimientos propios en el sector turístico
- Diseñar, elaborar y ejecutar políticas turísticas, tanto en el ámbito privado como público de la actividad, así como en proyectos de investigación, en ramas específicas o generales del turismo.
- Formular estrategias de aseguramiento de la calidad y de control de procesos, servicios y procedimientos para el turismo;

- Diseñar y organizar emprendimientos, programas y proyectos turísticos en el estado, en forma autónoma o en el marco empresarial.
- Formular estrategias de mejoramiento de los recursos de infraestructura, tecnología y equipamiento destinados a la gestión turística;
- Aplicar y diseñar planes de Márketing turístico de destinos;
- Utilizar el conocimiento de las nuevas tecnologías de aplicación a la actividad turísticas;
- Utilizar el conocimiento de las variables contextuales en la formulación de políticas y normas destinadas al área turística;
- Realizar evaluación y diagnóstico de situación en emprendimientos turísticos en el sector público y privado, y proponer alternativas de acción destinadas a mejorar su efectividad;
- Aplicar la tecnología de indagación y validación de conocimientos en la ejecución de estudios e investigaciones relativas al turismo, sus productos y servicios, las políticas públicas del área y a su gestión y control de resultados.

6. ALCANCES DE LOS TÍTULOS

Alcances de título Técnico/a Universitario/a en Gestión Turística

- Utilizar correctamente distintos sistemas informáticos de cotización, reserva y gestión administrativa de servicios turísticos (TIC).
- Administrar unidades o departamentos específicos de Agencias de Viajes y Alojamientos Hoteleros participando en el desarrollo de sus programas comerciales.
- Implementar procesos de administración interna y externa derivada de las relaciones económicas con clientes y proveedores.
- Gestionar los aspectos económicos administrativos en Agencias de Viaje y Empresas Hoteleras.
- Identificar, coordinar y programar servicios turísticos, respondiendo a las demandas de los clientes manteniendo una relación cordial con el turista de acuerdo a los procedimientos de la empresa y normativa vigente.
- A partir de un sitio y una estrategia digital, definir un espacio en donde se presenta la información de la oferta y gestión con la demanda en un entorno virtual de manera dinámica siendo, a su vez, soporte para las demás herramientas de comunicación tales como las redes sociales y aplicaciones móviles.

Alcances del título Licenciado/a en Turismo

- Imaginar y proyectar nuevas áreas y formas de negocio para la empresa turística a nivel local, nacional e internacional.
- Identificar y capitalizar oportunidades en el entorno global a través de procesos de prospectiva, análisis de la industria y aprovechamiento de nuevas tecnologías, formulando y proyectando escenarios para la toma de decisiones dentro del sector público turístico y las Empresas de Servicios Turísticos.

- Planificar, organizar, dirigir, controlar, desarrollar y mejorar la gestión dentro de las Empresas de Servicios Turísticos en el ámbito de la administración general, la administración pública, operaciones, finanzas, marketing, gestión del personal y nuevos proyectos sustentables, alineados al marco legal vigente.
- Realizar actividades de consultoría para diagnosticar e implementar soluciones a los diversos problemas que se dan en las organizaciones y lidera equipos de trabajo en las distintas situaciones que se dan en la gestión de una empresa.
- Asesorar en la organización, constitución y administración de empresas de viajes, hoteles y transporte.
- Planificar, gestionar, operar, evaluar y asesorar organizaciones formales del sector público y privado del turismo, la hotelería y otras actividades de servicios afines, bajo la forma de relación de dependencia, emprendimientos propios o mediante consultoría.
- Realizar estudios, diagnósticos e implementar proyectos sobre distintos aspectos de la administración y organización de organizaciones y empresas de turismo, hotelería u otras actividades de campos profesionales afines.
- Realizar investigaciones de carácter académico o profesional; evaluar y ejecutar propuestas y proyectos en el área de su competencia, ejercer la docencia y desempeñarse en los ámbitos de la gestión educativa.
- Ejercer su campo profesional en Empresas de turismo, de alojamiento, de transporte, de organización de eventos, de seguros del viajero, de recreación u otras afines; en organismos públicos y privados en el nivel municipal, provincial, nacional o internacional incluyendo los oficiales de turismo, entes autárquicos, Cámaras, Asociaciones, Sociedades Civiles, Fundaciones, u otras; en consultorías y campos profesionales afines; en instituciones educativas en todos los niveles donde se desarrollen actividades de estudio, investigación, docencia y transferencia en capacitación y consultoría.

7. CONDICIONES DE INGRESO

- Estudios Secundarios completos o Educación Polimodal completa.
- Los mayores de 25 años que no posean título secundario pero que acrediten experiencia laboral reconocida y comprobada, previa evaluación y entrevista especial, podrán inscribirse según artículo 7° de la Ley de Educación 24.521/95
- Cumplimentar las actividades relativas al ingreso a las carreras, aprobadas por los órganos de administración académica de la Universidad.

8. ACTIVIDADES CURRICULARES

NÓMINA DE ASIGNATURAS Y ACTIVIDADES:

Los alumnos deberán completar, con carácter obligatorio, el desarrollo de las siguientes actividades curriculares:

1. Circuitos Turísticos Nacionales
2. Informática Nivel I
3. Sistemas de Información Geográfica I.**
4. Inglés Nivel I
5. Cuestiones de Sociología, Economía y Política*
6. TICS, Redes Sociales *on line*, y Turismo
7. Promoción y Comercialización en Turismo
8. Derecho Privado en Turismo
9. Desarrollo Turístico I
10. Introducción al análisis del Patrimonio Natural
11. Inglés Nivel II
12. TICS y Aplicaciones de reservas turísticas
13. Estadística aplicada al turismo
14. Cultura Contemporánea*
15. Gestión de la Calidad en Organizaciones Turísticas
16. Metodología de la investigación
17. Derecho público del Turismo
18. Administración de Recursos Humanos**
19. Marketing digital turístico y comportamiento del consumidor
20. Desarrollo turístico II
21. Inglés Nivel III
22. Gestión de redes sociales y *community management* en el turismo
23. Geografía turística y circuitos turísticos internacionales
24. Formulación y evaluación de proyectos**
25. Problemas de Historia del Siglo XX*
26. Introducción a la Problemática del Mundo Contemporáneo*
27. Introducción al análisis del patrimonio cultural
28. Formulación de proyectos turísticos**
29. Seminario optativo de temas relacionados con el turismo
30. Métodos de investigación social aplicados al turismo
31. Geografía turística y circuitos turísticos nacionales
32. Gestión pública del Turismo
33. Seminario de Trabajo Final
34. Trabajo Final.

Referencias: * Materias comunes de la Universidad. ** Materias de otras carreras

9. PLAN DE ESTUDIOS

ESTRUCTURA Y CARGA HORARIA:

El plan de estudios de la tecnicatura tendrá una duración de 2 (dos) años y un cuatrimestre calendario, con 2 (dos) cuatrimestres por año. El total de las actividades curriculares de la tecnicatura suman 1.616 horas.

El plan de estudios de la licenciatura y tendrá una duración de 4 (cuatro) años calendario, con 2 (dos) cuatrimestres por año. El total de las actividades curriculares suman 2.816 horas, incluidas las 128 horas para la realización del trabajo final. La carga horaria de cada actividad curricular se distribuye a lo largo del cuatrimestre, contemplando actividades teórico-prácticas, foros de intercambio y consultas con los docentes.

La aprobación de las asignaturas requerirá en última instancia de una evaluación final presencial y escrita, realizada por profesionales docentes designados por esta Universidad. Dicha evaluación podrá incluir también, en forma adicional y en los casos en que se disponga, de una evaluación oral. El Seminario de Trabajo Final tendrá una forma de evaluación específica consistente en la presentación de trabajos escritos que se determinarán en cada caso. El Trabajo Final también tendrá una forma de evaluación específica.

PLAN DE ESTUDIOS

Año	Asignaturas	Carga horaria		Modalidad de cursada
		Semana I	Total	
1ER CUATRIMESTRE				
1	Circuitos Turísticos Nacionales	6	96	A distancia
1	Informática Nivel I	2	32	A distancia
1	Sistemas de Información Geográfica I	6	96	A distancia
1	Inglés Nivel I	2	32	A distancia
2DO CUATRIMESTRE				
1	Cuestiones de Sociología, Economía y Política	4	64	A distancia
1	TICS, redes sociales y turismo	6	96	A distancia
1	Promoción y Comercialización en el Turismo	6	96	A distancia
1	Derecho privado en turismo	6	96	A distancia
3ER CUATRIMESTRE				
2	Desarrollo turístico I	6	96	A distancia
2	Introducción al análisis del Patrimonio Natural	6	96	A distancia
2	Inglés Nivel II	2	32	A distancia
2	TICS y aplicaciones de reservas turísticas	6	96	A distancia
4TO CUATRIMESTRE				
2	Estadística aplicada al turismo	6	96	A distancia
2	Cultura Contemporánea	4	64	A distancia

2	Gestión de la Calidad en Organizaciones Turísticas	6	96	A distancia
2	Metodología de la investigación	4	64	A distancia
5TO CUATRIMESTRE				
3	Derecho público del Turismo	6	96	A distancia
3	Administración de Recursos Humanos	5	80	A distancia
3	Marketing digital turístico y comportamiento del consumidor	6	96	A distancia
3	Desarrollo turístico II	6	96	A distancia
CARGA HORARIA TOTAL DE LA TECNICATURA EN TURISMO			1.616 HORAS	
6TO CUATRIMESTRE				
3	Ingles Nivel III	2	32	A distancia
3	Gestión de redes sociales y <i>community management</i> en el Turismo	6	96	A distancia
3	Geografía turística y Circuitos Turísticos Internacionales	6	96	A distancia
3	Formulación y evaluación de proyectos	5	80	A distancia
7MO CUATRIMESTRE				
4	Problemas de Historia del Siglo XX	4	64	A distancia
4	Introducción a la Problemática del Mundo Contemporáneo	4	64	A distancia
4	Introducción al análisis del patrimonio cultural	6	96	A distancia
4	Formulación de proyectos turísticos	6	96	A distancia
4	Seminario optativo de temas relacionados con el turismo	4	64	A distancia
8VO CUATRIMESTRE				
4	Métodos de investigación social aplicados al turismo	6	96	A distancia
4	Geografía turística y Circuitos Turísticos Nacionales	6	96	A distancia
4	Gestión pública del turismo	6	96	A distancia
4	Seminario de Trabajo Final	6	96	A distancia
4	Trabajo final	8	128	
CARGA HORARIA TOTAL DE LA CARRERA			2.816 HORAS	

(Correlatividades en punto 11)

10. CONTENIDOS MÍNIMOS DE LAS ACTIVIDADES CURRICULARES

CIRCUITOS TURÍSTICOS NACIONALES: El turismo, el excursionismo y la recreación. Redes conceptuales asociadas al turismo. El mercado turístico. Destinos, circuitos, recursos y productos turísticos. Cambios históricos en la oferta y la demanda turística nacional. Centros emisores y centros receptores de la demanda. Estrategias turísticas. Redes de conectividad. Recursos turísticos naturales y culturales. Destinos turísticos nacionales. Caracterización. La planificación del turismo sostenible en Argentina. Espacios urbanos, periurbanos y rurales. Las regiones turísticas argentinas. Los municipios turísticos. Tipologías turísticas. Cadenas de valor y cadenas de suministro en la actividad turística. Itinerarios y rutas turísticas. Destinos turísticos consolidados y emergentes. Turismo activo y alternativo. Agroturismo. Miniturismo y turismo de cercanías. Turismo social. Destinos turísticos inteligentes. Accesibilidad turística. Turismo gastronómico. Promoción de destinos turísticos.

SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA I - (531): Definición de sistemas de información geográfica (SIG). Teoría de los SIG y su aparición como hito del análisis espacial. Análisis espacial y análisis geográfico. Actualidad de la geografía automatizada en el ámbito de los SIG. Conceptos teóricos fundamentales del análisis espacial: localización, distribución, asociación, interacción y evolución espacial. Componentes de los SIG. Estructuras básicas de representación espacial. Modelo raster y modelo vectorial. Funciones y elementos. Aspectos fundamentales del modelado cartográfico y del tratamiento matricial de datos geográficos. Cartografía temática en el ámbito de los SIG. Proyectos de investigación con SIG. Tecnologías asociadas. Componentes de la geoinformática y Sistemas de Ayuda a la Decisión Espacial (SADE). Síntesis del papel de los SIG en el marco de una ciencia aplicada hacia el ordenamiento territorial.

CUESTIONES DE SOCIOLOGÍA, ECONOMÍA Y POLÍTICA - (3): El conocimiento de lo social. Conceptos y categorías básicas acerca de lo social. Origen histórico de las ciencias sociales. Origen histórico de la sociología clásica. Principales problemas y condiciones que la hacen posible. Conceptos y categorías básicas acerca de lo social. El materialismo histórico. Orígenes y antecedentes. El Estado. La ideología. El modo capitalista de producción. El cambio social. La estratificación social. La enajenación. Estructura social capitalista.

TICS, REDES SOCIALES Y TURISMO: Componentes básicos de un sitio web: definición del alcance del sitio. Dominios y hosting. Diseño web y Gestor de Contenidos (CMS). La estructura de un sitio. Edición de contenido. Integración de redes sociales y aplicaciones móviles. Conceptos básicos de la analítica web: herramientas de Google y alternativas de código abierto.

PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN EN TURISMO: INTRODUCCIÓN al marketing para negocios turísticos y/o comunidades turísticas. Marketing turístico, promoción, desarrollo de productos y destinos. Concepto de producto turístico y actividades turísticas. Concepto de producto turístico y actividades turísticas. Definición de visitantes, turista y excursionistas de la OMT,

Recomendaciones Internacionales de Estadística Turística, segmentaciones principales de motivos y tipos de viajes. Análisis de mercados potenciales; características de los países emisores de turistas hacia América Latina más relevantes. Aplicación de estadísticas. Asociación estadística entre variables. Coeficientes de asociación y correlación, ejemplos y aplicación. Evaluación de demanda potencial turística. Evaluación de variables relevantes de segmentación del mercado en el turismo. Experiencia del consumidor y satisfacción, métodos de medición. Identificación de oportunidades de desarrollo de nuevos productos turísticos sustentables. Lineamientos para la elaboración de planes de marketing turístico y análisis de casos. Marketing turístico y análisis de casos. E - marketing y marketing en redes sociales.

DERECHO PRIVADO EN TURISMO: El Derecho. Concepto, fuentes y ramas. Persona humana. Atributos de la personalidad. El turismo como derecho. Persona jurídica: clasificación. Sociedades. Hechos jurídicos, simples actos lícitos y actos jurídicos. Obligaciones. Responsabilidad civil en su relación con el turismo. Contratos. Contratos turísticos. Contrato de transporte terrestre, fluvial y marítimo y aéreo. Contrato de hospedaje. Contrato de viaje. Contrato de tiempo compartido. Contrato de franquicia. Contrato de asistencia en viaje. El derecho del consumidor en el turismo. Relaciones laborales en el turismo. Convenios colectivos aplicados al turismo.

DESARROLLO TURÍSTICO I: Conceptualización de turismo. El tiempo libre, su evolución y su relación con el desarrollo de la actividad turística. El turismo y su evolución histórica. El Sistema turístico: componentes y definiciones. Análisis sistémico del turismo. Atractivos turísticos y modalidades de turismo. Los escenarios turísticos actuales y los desafíos del turismo del siglo XXI.

INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS DEL PATRIMONIO NATURAL: Conceptos básicos de ecología. Paisajes, ecosistemas, comunidades y poblaciones. Conservación, protección. Manejo sustentable o sostenible. Recursos Naturales: definición. Categorías: renovables y no renovables. Principales recursos naturales de Argentina. Perspectivas futuras. Ecorregiones de la Argentina. Principales características: áreas protegidas y estado actual de la biodiversidad.

TICS Y APLICACIONES DE RESERVAS TURÍSTICAS: Importancia del turismo como generador de recursos económicos y sociales. Principales actores que forman la compleja red que hacen de esta actividad. Importancia de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) tienen una gran importancia en la industria de los viajes y el turismo. Actividades turísticas que requieren un uso intensivo de información y de las comunicaciones. Aplicaciones en la promoción y comercialización, configuración de nuevas estructuras organizacionales, modelos de negocios y sistemas de gestión. Principales cambios de hábitos de consumo de los turistas en la era de la información. Las tecnologías aplicadas a la gestión de las empresas de turismo: el nuevo entorno digital y los sistemas de gestión de empresas. El impacto de las TIC en la distribución de servicios turísticos: nuevos modelos de intermediación. Los destinos turísticos inteligentes: la evolución del internet de las cosas y su integración al territorio. Inteligencia artificial aplicada a los destinos: *big, small y smart data*.

ESTADÍSTICA APLICADA AL TURISMO: Definiciones básicas de estadísticas de turismo, definiciones de la OMT – y la División Estadísticas de las Naciones Unidas con referencia a estadísticas de turismo. Tendencias del turismo en la Argentina y en el mundo. Conceptos básicos de la medición del impacto económico y social del Turismo, definición de viajeros, turistas y excursionistas. Perspectiva de la demanda y la oferta turística en las estadísticas. Definición y discusión en la definición del entorno habitual. Definiciones de turismo interno, receptor, emisor; turismo interior, nacional e internacional. Medición del gasto turístico; categorías y captación del gasto turístico. Tasas de ocupación hotelera, y otros indicadores de oferta turística. Principales fuentes de información y tendencias de la oferta y la demanda turística. Clasificación económica de actividades y productos característicos del turismo. Aproximación al impacto económico del turismo en el marco de las cuentas nacionales; el enfoque de la cuenta satélite de turismo. Indicadores mesoeconómicos del turismo, indicadores utilizados por CEPAL para la medición económica del turismo. El marketing de destinos turísticos; aplicaciones de estudios de mercado al fenómeno turístico. El empleo en el turismo. Aplicaciones y experiencias de estadísticas de turismo en Argentina.

CULTURA CONTEMPORÁNEA - (2): El concepto de cultura. La concepción descriptiva y la concepción semiótica de la cultura. La proximidad y la ajenidad cultural en el contexto actual. La crisis de los paradigmas polares en el análisis de la cultura y la reformulación del concepto clásico de identidad. La dimensión de la globalización. Cultura – Ciudad. La tensión global – local. Lugares y no lugares. Los muros de la ciudad: segregación espacial y fractura social. Espacio urbano y construcción de la otredad.

Cultura y sujeto. Cultura de consumo y postmodernidad. Emergencia y desarrollo del movimiento anti-mundialización.

GESTIÓN DE LA CALIDAD EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS: Las normas técnicas elaboradas por la ISO, (Organización Internacional de Normalización), el IRAM, (Instituto Nacional de Normalización y Certificación), y el SACT (Sistema Argentino de Calidad Turística). Conceptos de Calidad, Gestión de la Calidad y satisfacción del cliente. Procesos de normalización y su diferencia con normas de otra naturaleza. Herramientas de normalización ISO e IRAM y su formulación. Postulados del Sistema Argentino de Calidad Turística. Contenido y aplicación de las Directrices de Calidad y otros programas similares tanto locales como regionales.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN - (1): Lógica. Lenguaje, funciones del lenguaje, niveles del lenguaje. Semiótica. Introducción histórica a la epistemología. Contextos de descubrimiento y justificación. Conocimiento y ciencias. Inductivismo. Método hipotético- deductivo. Método hipotético deductivo liberalizado. La evolución de la ciencia como evolución de paradigmas. Ciencia Normal. La investigación bajo el paradigma. Modelos de aplicación. Paradigmas y ciencias sociales. Programas de investigación. La evolución de la ciencia como programa de investigación. Estructuras de las teorías científicas. Ciencia y desarrollo.

DERECHO PÚBLICO DEL TURISMO: La Constitución Nacional. Poder constituyente. Supremacía, jerarquía normativa y control constitucional. Partes Dogmática y Orgánica de la Constitución Nacional. Derechos Humanos. Distribución constitucional de competencias en materia turística en Argentina. Ley Nacional de hotelería y normas reglamentarias. Ley Nacional de Turismo y normas reglamentarias. Principios. Entes incluidos en la Ley. Régimen Financiero. Normativa aplicable al Ente Nacional de Turismo: deberes, facultades y organización. Ley Nacional de intermediación turística y normas reglamentarias. Normativa del Organismo Nacional de turismo en materia de agentes de viajes. Ley Nacional de Turismo Estudiantil y normas reglamentarias. Ley Nacional de Sistemas Turísticos de Tiempo compartido. Normativa nacional vinculada al turismo: Patrimonio natural y cultural. Normativa tributaria aplicada al turismo. Accesibilidad turística. Normativa turística en las provincias argentinas y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Leyes provinciales de turismo. Leyes de turismo de aventura y de turismo rural. Normativa provincial de profesionales en turismo y de guías. Competencias turísticas y con incidencia en turismo de los municipios.

ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS - (1072): Estructura Organizacional. Nexo entre Persona y Estructura. Herramientas de la estructura organizacional. Armado de estructura. Procesos de reclutamiento de personal. Selección de personal. Entrevistas. Selección basada en un sistema de competencias laborales. Proceso de inducción laboral. Transferencia de experiencias laborales. Medición de competencias laborales. Proceso de medición de desempeño. Desempeño formal, medición de la actitud y la aptitud. Proceso de capacitación. Objetivos, tipos y extensiones de la capacitación. Evaluación de desempeño. Evaluaciones 360 grados. Información de resultados de capacitación. Liderazgo situacional. Cuadrantes de liderazgos. Ciclos.

MARKETING DIGITAL TURÍSTICO Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR:

Métodos para satisfacer las demandas de información y comunicación en los momentos que conformarán la “experiencia turística”. Análisis del comportamiento de los usuarios, calidad de los sitios web orientados a los consumidores, la optimización para la visibilidad en los resultados de los buscadores y las estrategias de publicidad en la red de búsqueda, contenido y redes sociales. Elementos clave de la comunicación digital y la centralidad de las palabras clave. Análisis de la demanda y su comportamiento: herramientas y aplicaciones. Contenido orientado al consumidor: el marketing de atracción geolocalizado. Acciones de posicionamiento en los motores de búsqueda (SEO) y en redes sociales (SMO). Principales estrategias de publicidad en Internet: publicidad en motores de búsqueda y contenido (SEM y Redes sociales (SMM)).

DESARROLLO TURÍSTICO II: Evolución del concepto de desarrollo. Concepto de desarrollo sostenible. Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030. El turismo como herramienta de desarrollo. El turismo como actividad ambivalente: impactos positivos y negativos del turismo; y estudios de caso. Concepto y actores clave del turismo sostenible. El turismo y los ODS. Turismo y desarrollo local. Turismo regenerativo.

GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y COMMUNITY MANAGEMENT EN EL TURISMO: Componentes básicos de un sitio web. Redes. Aplicaciones Sociales. Analítica Web Básica. Diseño de páginas web. Introducción al *big data* en turismo. Componentes básicos de un sitio web: definición del alcance del sitio. Dominios y hosting. Diseño web y Gestor de Contenidos (CMS). La estructura de un sitio. Edición de contenido. Integración de redes sociales y aplicaciones móviles. Conceptos básicos de la analítica web: herramientas de Google y alternativas de código abierto.

GEOGRAFÍA TURÍSTICA Y CIRCUITOS TURÍSTICOS INTERNACIONALES: La compleja integración regional que conforman América, Europa, África, Asia y Oceanía. Oportunidades turísticas que brinda cada región, detectando las interrelaciones que se generan a partir de los flujos turísticos entre los diferentes ámbitos de tan vastas regiones. Recursos turísticos de la región, itinerarios básicos, circuitos turísticos y uso de planos y mapas. Conceptos y terminología. Circuitos, programas, paquetes, excursiones, tours. Producción de paquetes turísticos: programación y operación. Diseño del circuito e itinerario. Armado de paquetes turísticos. La función operativa. Análisis de circuitos turísticos internacionales: América, Europa, África, Asia y Oceanía. Ubicación en el espacio geográfico. Perfil del visitante. Productos turísticos más importantes. A modo de referencia, se podrán abordar en profundidad los siguientes destinos como casos, y sus potenciales vinculaciones sinérgicas: a) África. Aproximación geográfica a la región. El Magreb. El valle del Nilo. El África subsahariana. El Sahel. El África occidental. El golfo de Guinea. El África central. El África del este. El África norteña-este. El Océano Índico. El África subtropical. El África austral. La dinámica turística africana. B) América. América del Norte. Aproximación geográfica en la región. Los Estados Unidos. El Canadá. La dinámica turística en la Norteamérica, América del Sur, Central y el Caribe. Aproximación geográfica en la región. El turismo en la región. C) Asia, el Oriente Medio y Oceanía. Aproximación geográfica en la región. La regionalización en Asia. La dinámica turística en Asia-el Pacífico y el Oriente Medio. D) Europa. Aproximación geográfica en la región. El turismo en Europa. La regionalización turística del continente europeo. Geopolítica reciente en Europa e impacto en el turismo.

FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS: Políticas, Programas y Proyectos. El ciclo de los proyectos. La planificación a nivel micro. El proceso de identificación. Identificación, cuantificación y valoración de costos y beneficios. Árbol de problemas (causas y efectos) y árbol de objetivos (medios y fines). Identificación y evaluación de alternativas. Niveles de estudio. Estudio del mercado. Análisis de la demanda y la oferta. Proceso de producción y efectos económicos de la ingeniería. Determinación del tamaño óptimo. Factores de localización utilizando métodos cualitativos y maximización del valor actual. Aspectos organizacionales y legales. Información de costos para la toma de decisiones. Curva de inversiones. Alternativas Impositivas. Evaluación económico-financiera. Criterios de decisión y priorización Evaluación privada o financiera y evaluación social. Evaluación económica (análisis de eficiencia) y evaluación social (análisis de eficiencia y equidad). Análisis de costos-beneficios y análisis costo-eficiencia. Efectos de los proyectos: efectos directos e indirectos, externalidades y efectos intangibles. Impactos distributivos de los proyectos. Necesidades básicas. La matriz de estructura lógica de proyectos. Análisis de sensibilidad. Fuentes de financiamiento. Aplicaciones a casos integrales de pequeñas, medianas y grandes organizaciones en el contexto local, provincial y nacional.

PROBLEMAS DE HISTORIA DEL SIGLO XX - (688): Acontecimientos relevantes del siglo XX; principales rasgos de los procesos económicos, políticos y sociales que signan el siglo XX; articulación de América Latina y la Argentina con los momentos claves de la historia del siglo XX. El legado del siglo XIX: el desarrollo del capitalismo industrial, la nueva expansión europea y el auge del liberalismo. Las guerras mundiales. La crisis económica. Los fascismos. La evolución de la Unión Soviética. La Guerra Fría. El Tercer Mundo. Rasgos principales de los procesos económicos, sociales y políticos en América Latina y Argentina durante el siglo XX.

INTRODUCCIÓN A LA PROBLEMÁTICA DEL MUNDO CONTEMPORÁNEO - (686): El mundo contemporáneo. Espacio y tiempo. La inserción social. Trabajo, tecnología y sociedad. Información y conocimiento. Universidad y crisis. Educación y sociedad. Política y movimientos sociales. La identidad nacional. Integración y perspectivas. Nuestra Universidad, vocación y orientación.

INTRODUCCIÓN AL ANÁLISIS DEL PATRIMONIO CULTURAL: Patrimonio cultural y natural, evolución del concepto, categorías actuales. Importancia social, cultural y económica del patrimonio. Distintos tipo de valores asignados al patrimonio. El patrimonio como construcción social. Técnicas y procedimientos para la identificación del patrimonio material y inmaterial. Los inventarios del patrimonio: objetivos, métodos, herramientas. Los actores involucrados en el proceso de gestión, y el papel del as comunidades locales. La interpretación del patrimonio. Vinculación entre el patrimonio cultural y natural y el turismo. El turismo de patrimonio, itinerarios culturales y rutas turísticas.

FORMULACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS: Conceptos básicos sobre el proyecto turístico. Etapas de la formulación del proyecto: análisis – diagnosis, conceptualización, programas de actuación y desarrollo del proyecto. Importancia del conocimiento e identificación de los recursos patrimoniales. Intereses y motivaciones del público. Demandas de la población local. Conocimiento y aprovechamiento de los servicios turísticos disponibles. Definición de objetivos y criterios de actuación. Consideración del límite de cambio aceptable. La puesta en marcha de un producto turístico. Mecanismos de gestión y actores involucrados. El seguimiento de un proyecto turístico.

SEMINARIO OPTATIVO DE TEMAS RELACIONADOS CON EL TURISMO: El Seminario optativo se organizará a partir de diferentes temáticas pudiendo coincidir con la oferta o las propuestas de cursos de extensión, grado o posgrado que en el área pueda ofrecer la Universidad. Este Seminario pretende favorecer la inclusión de temas relevantes y de actualidad para la formación profesional en el área profesional del turismo. Para tales fines se podrán convocar a profesores, investigadores, especialistas, invitados nacionales o extranjeros para asumir la conducción de dichos Seminarios.

Se consideran entre otras las siguientes orientaciones:

- Gestión en áreas específicas del turismo, hotelería, transporte turístico, y otras.
- Nuevas tecnologías y softwares específicos de reservas turísticas o aéreas, aplicación y uso.
- Integración regional y turismo, fronteras y turismo.
- Gestión de crisis en el turismo, reconstrucción y estrategias frente a pandemias, situaciones de violencia social, y otras.
- Nuevos productos turísticos, diversificación de intereses y propuestas en destinos turísticos.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL APLICADA AL TURISMO: Investigación social aplicada al turismo. Medición de impacto económico y social. La Cuenta Satélite de Turismo. Encuestas en hogares y en fronteras de gastos y características turísticas. Encuestas hoteleras, medición y tasas de descripción de la ocupación hotelera. Encuestas en centros de informe. Nociones de muestreo y estadística. Softwares de procesamiento de datos. Ponderación y expansión de datos. Nuevas técnicas y big data. Técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación.

GEOGRAFÍA TURÍSTICA Y CIRCUITOS NACIONALES: Aspectos espaciales y de organización de los territorios mundiales, Geografía aplicada a las actividades turísticas. Visión global del Mundo, diferenciada por grandes conjuntos turísticos (regionalización de la actividad). Geografía mundial desde la óptica de aplicación al turismo, así como las características, potencialidades, riqueza y explotación turísticas. Relación entre recursos del territorio y actividad turística, destinos turísticos. Planificación de ámbitos espaciales, territoriales, de la actividad turística, gestores y empresarios.

GESTIÓN PÚBLICA DEL TURISMO: La Superestructura que regula el funcionamiento del sistema turístico. Organismos específicos y organismos con vinculación directa e indirecta. Justificación de la intervención del Estado en turismo. Los organismos turísticos. Formas de los organismos. Niveles estadales de intervención en turismo. El turismo en el organigrama de gobierno. Instrumentos de intervención del estado en turismo. Funciones de los organismos oficiales. Leyes turísticas de base a nivel nación, provincia y municipios. Rol del poder legislativo. El sector privado organizado. Instituciones intermedias sectoriales, sus objetivos. Entes mixtos: Aspectos generales. Conceptualización de las Políticas públicas. Proceso de construcción de las políticas públicas. Definición de problemas. Política turística, sus objetivos más frecuentes. Características de las políticas del sector. Definición de los modelos de desarrollo turístico. Gobernanza y gobernabilidad en turismo: conceptos y alcances.

SEMINARIO DE TRABAJO FINAL: El Seminario de Trabajo Final constituye un asesoramiento y seguimiento para elaborar una investigación sobre alguna temática turística. Los alumnos deberán hacer lecturas sobre las principales características de la investigación aplicada al turismo y sobre diferentes enfoques que pueden darse a una investigación sobre el turismo. Los alumnos deberán integrar las etapas lógicas de la producción de conocimiento, y familiarizarse con las

variables específicas de la disciplina. Se realizarán lecturas y revisiones de las relaciones del turismo con otras disciplinas del conocimiento y sobre diversas formas de teorizar sobre el turismo. Este seminario se lleva adelante mediante una tutoría en un aula virtual, con una cursada de una duración de 96 horas cátedra, y entregas de trabajos parciales y avances del proyecto de Trabajo Final. Como producto final de este Seminario, se entregará y evaluará un Proyecto de Trabajo Final, donde los alumnos deben proponer, acotar y dimensionar un tema de investigación empírica aplicada al turismo. El proyecto de Trabajo Final será la base para la elaboración del Trabajo Final.

TRABAJO FINAL: El trabajo final constituye un trabajo de investigación escrito sobre una temática turística, que se lleva adelante mediante el seguimiento de un tutor. El trabajo final tendrá una extensión y formato preestablecido por la carrera, y se realizará sobre una temática de investigación relacionada con la actividad turística. Para el trabajo final se designará un Tutor, que podrá seguir los avances del trabajo final en forma virtual, y acompañar al alumno orientándolo en la correcta expresión conceptual, en la aplicación correcta de la metodología de investigación y en el cuidado de los aspectos formales. En el trabajo final se deberán integrar los conocimientos técnicos y profesionales adquiridos durante la carrera, y resolver problemas reales de la profesión. Se fomentará la integración del estudiante a grupos de trabajo afines, fomentando los vínculos interpersonales. Se orientará el trabajo final al contacto de futuros profesionales con ámbitos, instituciones y empresas en los que puedan actuar como profesional del turismo.

11. CUADRO DE SINTESIS DE LICENCIATURA Y TECNICATURA EN TURISMO (A distancia)

Asignaturas	Carga horaria		Régimen de cursada	Régimen de correlativas	Regular/ libre	Modalidad de cursada
	Semanal	Total				
1ER. AÑO						
1ER CUATRIMESTRE						
1. Circuitos Turísticos Nacionales	6	96	Cuatrimestral	---	R	A distancia
2. Informática Nivel I	2	32	Cuatrimestral	---	R/L	A distancia
3. Sistemas de Información Geográfica I	6	96	Cuatrimestral	---	R	A distancia
4. Inglés Nivel I	2	32	Cuatrimestral	---	R/L	A distancia
2DO CUATRIMESTRE						
5. Cuestiones de Sociología, Economía y Política	4	64	Cuatrimestral	---	R	A distancia
6. TICS, redes sociales y turismo	6	96	Cuatrimestral	---	R/L	A distancia
7. Promoción y Comercialización en el Turismo	6	96	Cuatrimestral	---	R	A distancia
8. Derecho privado en turismo	6	96	Cuatrimestral	---	R	A distancia
2DO. AÑO						
1ER CUATRIMESTRE						
9. Desarrollo turístico I	6	96	Cuatrimestral	---	R	A distancia
10. Introducción al análisis del Patrimonio Natural	6	96	Cuatrimestral	---	R	A distancia
11. Inglés Nivel II	2	32	Cuatrimestral	Inglés Nivel I	R/L	A distancia

12. TICS y aplicaciones de reservas turísticas	6	96	Cuatrimestral	---	R/L	A distancia
2DO CUATRIMESTRE						
13. Estadística aplicada al turismo	6	96	Cuatrimestral	---	R	A distancia
14. Cultura Contemporánea	4	64	Cuatrimestral	---	R	A distancia
15. Gestión de la Calidad en Organizaciones Turísticas	6	96	Cuatrimestral	---	R	A distancia
16. Metodología de la investigación	4	64	Cuatrimestral	---	R	A distancia
3ER. AÑO						
1ER CUATRIMESTRE						
17. Derecho público del Turismo	6	96	Cuatrimestral	---	R/L	A distancia
18. Administración de Recursos Humanos	5	80	Cuatrimestral	---	R/L	A distancia
19. Marketing digital turístico y comportamiento del consumidor	6	96	Cuatrimestral	---	R	A distancia
20. Desarrollo turístico II	6	96	Cuatrimestral	Desarrollo turístico I	R	A distancia
CARGA HORARIA TOTAL DE LA CARRERA			1.616 HORAS			
2DO CUATRIMESTRE						
21. Ingles Nivel III	2	32	Cuatrimestral	Inglés Nivel II	R/L	A distancia
22. Gestión de redes sociales y <i>community management</i> en el Turismo	6	96	Cuatrimestral		R	A distancia
23. Geografía turística y Circuitos Turísticos Internacionales	6	96	Cuatrimestral		R	A distancia
24. Formulación y evaluación de proyectos	5	80	Cuatrimestral		R/L	A distancia

4TO. AÑO						
1ER CUATRIMESTRE						
25. Problemas de Historia del Siglo XX	4	64	Cuatrimestral	---	R	A distancia
26. Introducción a la Problemática del Mundo Contemporáneo	4	64	Cuatrimestral	---	R	A distancia
27. Introducción al análisis del patrimonio cultural	6	96	Cuatrimestral		R	A distancia
28. Formulación de proyectos turísticos	6	96	Cuatrimestral	Formulación y evaluación de proyectos	R	A distancia
29. Seminario optativo de temas relacionados con el turismo	4	64	Cuatrimestral		R/L	A distancia
2DO. CUATRIMESTRE						
30. Métodos de investigación social aplicados al turismo	6	96	Cuatrimestral	Metodología de la investigación Estadística aplicada al turismo	R	A distancia
31. Geografía turística y Circuitos Turísticos Nacionales	6	96	Cuatrimestral	Geografía turística y Circuitos Turísticos Internacionales	R	A distancia
32. Gestión pública del turismo	6	96	Cuatrimestral	Formulación de proyectos turísticos	R	A distancia
33. Seminario de Trabajo Final	6	96	Cuatrimestral	1 – 2 – 3 – 5 – 6 – 7 – 8 – 10 – 12 – 13 – 15 – 16 – 17 – 18 – 19 – 20 – 22 – 23	R	A distancia
34. Trabajo final	8	128		TODAS LAS MATERIAS		A distancia
CARGA HORARIA TOTAL DE LA CARRERA			2.816 HORAS			