

POSADAS, 01 OCT. 1997

VISTO: El Expte. H-375/97 por el cual Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales eleva proyecto de modificación de los Planes de Estudios de las carreras de Licenciatura en Turismo y Guía de Turismo; y,

CONSIDERANDO:

QUE el citado Proyecto responde a un diagnóstico preliminar realizado oportunamente para el cual se consultaron planes de estudio de otras Universidades del país y se contó con evaluación externa.

QUE los cambios propuestos en ambos planes se basan asimismo en las transformaciones ocurridos en los escenarios que inciden en el turismo dentro del contexto de globalización.

QUE la actividad académica en materia de turismo se ve actualmente circunscripta a nuevas exigencias tecnológicas.

QUE la Comisión de Enseñanza en Despacho N° 22/97 sugiere aprobar la propuesta elevada por Resolución C.D. N° 094/97 de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.-

QUE el tema fue tratado en la 4ª Sesión Ordinaria realizada el día 27 de Agosto del corriente año.-

Por ello:

**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES
RESUELVE:**

ARTICULO 1°.- APROBAR la modificación de los Planes de Estudios de las carreras de: "Licenciatura en Turismo" de acuerdo a lo consignado en el Anexo I y "Guía de Turismo" de acuerdo a lo consignado en el Anexo II de la presente Resolución.-

ARTICULO 2°.- REGISTRAR, Comunicar y Cumplido. Archivar.-

RESOLUCION CS N° 066 / 97

H. C. S.
HjF

MIRIAM BEATRIZ WIK
Secretaría
Honorable Consejo Superior

Ing. JORGE CARLOS BETTAGLIO
Vice Rector
Universidad Nacional de Misiones
a/c. de Rectorado

ES COPIA

LILIANA LUZZUREVISANI
Directora Gestión Administrativa
Honorable Consejo Superior



UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES
CONSEJO SUPERIOR
UNIVERSITARIO - RUTA 12 - KM - 7 1/2
SCHOOL LANUS - 3304 - POSADAS - MISIONES



RESOLUCION CS Nº 066 / 9
POSADAS, 01 OCT. 1997

ANEXO I

CARRERA: Licenciatura en Turismo.

CLASIFICACION: Carrera de Grado.

DURACION: 5 años.-

CREDITO HORARIO: 3.135 horas.

TITULO: Licenciado en Turismo.-

ES COPIA

LILIANA LUZ TREVISANI
Directora Gestión Administrativa
Honorable Consejo Superior



MINISTERIO DE CULTURA Y EDUCACION
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES
CONSEJO SUPERIOR
CAMPUS UNIVERSITARIO - RUTA 12 - KM -7 1/2
ESTAFETA MIGUEL LANUS - 3304 - POSADAS - MISIONES

RESOLUCION CS N° 066 / 9
POSADAS, 01 OCT. 1997

ANEXO I

CARRERA: Licenciatura en Turismo.

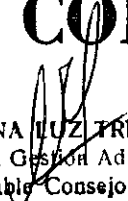
CLASIFICACION: Carrera de Grado.

DURACION: 5 años.-

CREDITO HORARIO: 3.135 horas.

TITULO: Licenciado en Turismo.-

ES COPIA


LILIANA LUZ TREVISANI
Directora Gestión Administrativa
Honorable Consejo Superior



PERFIL DEL TITULO:

Que el futuro egresado posea conocimiento y capacidad para:

- * Analizar el fenómeno del Turismo en el marco de globalización que caracterizan los procesos económicos y culturales de la actualidad.
- * Dominar marcos teóricos y metodológicos que le permitan conceptualizar y desarrollar el Turismo como un factor de dinamización económica, social y cultural integrado en el contexto regional y nacional.
- * Desarrollar actividades de asesoramiento, gestión, dirección de empresas y organizaciones turísticas, tanto públicas como privadas.
- * Identificar, analizar críticamente y elaborar productos turísticos.
- * Realizar trabajos de investigación aplicada, relacionados con necesidades actuales del sector turismo o con innovaciones o tendencias referidas a él.

ALCANCES DEL TÍTULO:

- * Realizar Estudios e Investigaciones turísticas
- * Elaborar Planes y Proyectos turísticos
- * Operar sobre distintos aspectos de la realidad turística, introduciendo variables que la modifiquen.
- * Desarrollar actividades de gestión operativa en empresas y organismos de Turismo.
- * Organizar y administrar Empresas turísticas
- * Desarrollar actividades de asesoramiento sobre turismo.

ES COPIA



1. FUNDAMENTACION DE LOS CAMBIOS:

El Departamento de Turismo ha estado desarrollando desde 1991 un análisis y evaluación de los Planes de Estudio vigentes de las Carreras de Guía y Licenciatura en Turismo. A lo largo de este proceso se recabaron las opiniones y perspectivas de los tres claustros. También con este objetivo en noviembre de 1992, se concretó una evaluación externa realizada por la Lic. Alicia Gemelli, docente de la Universidad de Morón e Investigadora del Consejo Federal de Inversiones (C.F.I).

Con esos antecedentes, una comisión de Docentes y auxiliares de docencia se dedicó a la tarea de redactar el diagnóstico y a partir de este cuadro de situación, se estructuró la propuesta curricular.

Posteriormente se organizaron comisiones temáticas para abordar el tratamiento del Plan por áreas y por materias para precisar contenidos y metodologías de trabajo.

1.1. Evaluación: Conclusiones.

Entre los motivos más importantes que justifican el cambio de plan de estudios de Licenciatura en Turismo detectados en el diagnóstico podemos citar:

1.1.1. En relación a la propuesta curricular 1982/83:

a) Discontinuidad dentro de las áreas a lo largo de la estructura curricular; es decir, materias presentadas en un nivel introductorio que luego no son retomadas para la profundización que requiere la formación. (el plan de estudios está integrado por seis (6) áreas de estudio: Específica -trátase de las asignaturas troncales-, Recursos, Socioeconómica, Administrativa, Instrumental e Idiomas).

b) Sobredimensionamiento de áreas no específicas: materias que deberían actuar como complementarias se transforman en obstáculos de la carrera y aparecen con un nivel de importancia mucho más destacado que las específicas.

c) Falta de integración entre las distintas áreas de conocimiento que en la mayoría de los casos produce superposición de contenidos, ya que las cátedras funcionan como compartimentos estancos.


ES COPIA

Area Especifica:

a) Marcos teóricos insuficientes y fragmentarios, como resultado del tiempo relativamente escaso de existencia de este nuevo campo disciplinar que aborda el fenómeno turístico. La mayor parte de las conceptualizaciones provienen de otras Ciencias como la Economía, la Sociología o la Administración, notándose poco desarrollo de la investigación tanto teórica como aplicada.

Aunque este problema es general en el ámbito disciplinar del Turismo, se creyó necesario resaltarlo porque se coincidió en la importancia de este aspecto para la superación de muchos de los problemas detectados en el plan de estudios analizado.

b) Falta de aplicación de contenidos a la práctica, ya que son escasas las articulaciones a nivel de pasantías u otras modalidades. En los últimos años se han realizado esfuerzos para mejorar esta situación, pero se presentan obstáculos de índole financiero que dificultan la continuidad, gastos de transporte, alojamiento, seguros, etc.

Area de Recursos:

Muy disímil en su forma de desarrollo, en algunos casos son priorizados los contenidos descriptivos, mientras que en otros lo son los interpretativos, sin que estas diferencias se correspondan necesariamente con los distintos perfiles profesionales (de Guía o Licenciatura, ya que son de dictado común).

En el Plan 1982/83, el área de recursos está formada por siete (7) asignaturas de régimen anual y una (1) cuatrimestral, correspondientes a tres (3) Geoturísticos y a tres (3) Culturales (Mundiales, Nacionales y Regionales), una relativa a Folklore Nacional y Regional y un Seminario de Antropología. Así planteada este área insume 1.013 Hs. del actual Plan de Estudios, lo que representa el 31%.

La primera promoción se dio en 1988 y de allí a hoy se puede analizar en el perfil de estas promociones un marcado enciclopedismo que proviene especialmente de este área, extensos contenidos temáticos, gran contextualización teórica pero desprovistos de experiencias de aplicabilidad a la realidad turística.

Es como si cada disciplina que integra este área discurriera por sus propios carriles disciplinares y desde allí se dimensionaran y priorizaran los contenidos, ajenos a las necesidades concretas del profesional al que están formando para insertarse en un campo ocupacional que tiene sus propias demandas.

Area administrativa:

Es la que menor continuidad tiene a lo largo de los ciclos, razón por la cual los contenidos resultan desvinculados y fragmentarios.

ES COPIA

Area instrumental:

Muy difícil de caracterizar, integrada por materias de diferente importancia relativa para las carreras, algunas de las cuales aun no lograron insertarse en los perfiles específicos, en general estas últimas son las que equivocadamente son designadas como "seminarios". Otras son fundamentales y se articulan adecuadamente con el resto de las áreas.

Area de Idiomas:

Del modo que se plantea este área en el plan de estudios se lo visualiza como marginal. Los aprendizajes adquiridos son insuficientes para ambas carreras. Probablemente esto se deba a la desproporción entre docentes y alumnos para asignaturas en las que la práctica es fundamental, y por la carga horaria asignada que es similar al resto de las materias.

1.1.2. En relación al rendimiento académico:

Respecto a la relación matrícula-graduados se pone en evidencia en las dos carreras, un notable desgranamiento que se incrementa a medida que se avanza hacia los cursos superiores.

A pesar de poseer matrículas elevadas, solo un bajo porcentaje alcanza la graduación.

1.1.3. En relación a las demandas del medio:

Los cambios en el PLAN de la LICENCIATURA en TURISMO, además de basarse en el diagnóstico antes expuesto, se fundamentan en los acontecimientos ocurridos en los distintos escenarios que inciden en el turismo. Nos referimos en términos generales al contexto de globalización, que se expresa en múltiples formas; ya sea con las tendencias a la integración de mercados o a los procesos de integración de la información a partir de la tecnología, principalmente la informática.

La transformación del turismo como actividad socioeconómica y como área de estudio tiene directa relación con el avance de la tecnología y con un nuevo lenguaje que se define como "productividad". Tanto la Empresa y la actividad Académica se ven hoy circunscriptas a nuevas exigencias para lo cual es imprescindible la capacitación permanente y la incorporación de tecnología.



ES COPIA

2. ESTRUCTURA DEL NUEVO PLAN.

2.1 Objetivos:

En el nuevo Plan la propuesta apunta a dos niveles de objetivos:

- a) Entrenamiento operativo.
- b) Formación Estratégica.

El primer nivel se relaciona con la acuciante necesidad de ligar la formación al empleo, es decir, en el caso que nos ocupa, el alumno debería en primera instancia recorrer el camino de la Práctica operativa, referido al trabajo en distintos niveles, en empresas y organismos de turismo. En ese sentido en los años introductorios se hace hincapié en el desarrollo de habilidades de gestión de diferentes clases de empresas turísticas: Agencias de Viajes, Transporte, Alojamiento turístico, Alimentación, etc., como de otros organismos Públicos y Privados: entes oficiales de turismo, cámaras, asociaciones, etc.

Las habilidades de gestión se refieren por ejemplo a actividades como: manejo de programas administrativo-contable computarizados, sistemas de reservas, manejo de técnicas de venta, emisión de billetes, armado de paquetes, técnicas de gestión de centros de información al turista, etc.

Para esta etapa es necesario implementar gradualmente las prácticas desde aulas-laboratorios a pasantías en empresas y organismos específicos para lo cual es necesario adecuar las instalaciones y metodologías de trabajo. Por otra parte, establecer articulaciones permanentes con el medio.

El segundo nivel se relaciona con la gestión estratégica de las organizaciones y una profundización que apunte a la formación para la investigación aplicada y la planificación.

La capacitación para la gestión estratégica implica profundización teórica, que fomente el crecimiento disciplinar y la capacidad crítica. También implica conocer los paradigmas vigentes en las Ciencias Sociales y empresariales que permitan un abordaje innovador en el tratamiento de este área de estudio.

Las habilidades de gestión estratégica se refieren al análisis desde distintos enfoques disciplinares, el manejo de técnicas de relevamiento para productos potenciales en relación con el marketing y el planeamiento y por supuesto el desarrollo de habilidades de gestión estratégica empresarial e institucional.

En lo que respecta a objetivos tanto de las áreas como de los cursos y de las asignaturas cabe aclarar que deben desagregarse en :

ES COPIA

Objetivos Cognitivos:

Son los referidos a la adquisición de marcos teóricos, metodológicos y técnicas propias de las disciplinas que intervienen en la conceptualización del fenómeno turístico.

Objetivos Normativos:

Son los referidos a la adquisición de valores que propendan a la formación de un ciudadano comprometido con la sociedad y en consecuencia de un profesional responsable en la actividad laboral que le corresponde desempeñar.

Objetivos para el desarrollo de Habilidades Profesionales:

Son los objetivos que relacionan la aplicación de los marcos teóricos y sus fundamentos normativos con la formación de habilidades profesionales propias de su perfil.

Las áreas cursos y asignaturas que componen el plan de estudios deberán programar sus contenidos en función de cada uno de los objetivos antes expuestos.

2.2. Articulación:

Se preve implementar una articulación funcional del plan de estudios tanto en sentido vertical como horizontal.

2.2.1. Articulación Vertical: En este sentido la misma estaría dada mediante la constitución de 2 áreas integradoras:

AREA EMPRESA
AREA PRODUCTO

Estas funcionarían aplicando y demandando insumos conceptuales y normativos del resto de las áreas del plan, a la vez de complementarlos con los propios.

INTEGRACION VERTICAL:**AREA EMPRESA**

- 1-Servicios Turísticos I
- 2-Servicios Turísticos II
- 3-Servicios turísticos III
- 4-Organización y Administración de Empresas Turísticas.

AREA PRODUCTO

- 1-Productos Turísticos Mundiales.
- 2-Productos Turísticos Nacionales.
- 3-Productos Turísticos de Misiones y el Mercosur.
- 4-Planificación Turística.


ES COPIA



2.2.2. Articulación Horizontal:

Estaría dada por la implementación de **Proyectos de Curso**. Entendiendo por tales a proyectos de trabajo académico (ya sea de investigación, extensión, aplicación, práctica, etc.) que coordinados desde una materia integradora correspondiente al curso, actúen como canalizadores del conocimiento y de las habilidades profesionales.

AREAS DEL NUEVO PLAN:

I Area Teoría Turística	II Area Empresa	III Area Productos Turísticos
Introducción al Turismo	Servicios Turísticos I	Productos Turísticos Mundiales
Teoría Turística	Servicios Turísticos II	Productos Turísticos Nacionales.
Problemática Sociológica del Turismo	Servicios III	Productos Turísticos de Misiones y el Mercosur.
Problemática económica del Turismo.	Organización y Administración de Empresas Turísticas.	Planificación Turística.

IV Marketing Turístico	V Area de Idiomas	VI Area Metodológica.
Introducción al Marketing de Servicios	Inglés I	Estadística I Estadística II
Laboratorio Integrado de Marketing.	Inglés II	Metodología de la Investigación
Estudio de Mercado	Inglés III	Taller de Investigación de Recursos Potenciales.
	Inglés IV	Relevamiento de Productos Potenciales.
		Taller de Monografía de Grado. Pasantías en Organismos Públicos Provinciales Nacionales. Empresas Turísticas. Elaboración del Trabajo Final.

ES COPIA

3. OBJETIVOS DE ÁREAS DEL PLAN:

3.1. Area Teoría Turística

COMPRENDER el hecho turístico como fenómeno que tiene profundas raíces sociales y económicas.

IDENTIFICAR Y ANALIZAR los paradigmas provenientes de las Ciencias Económicas y la Sociología de posible utilización en el turismo.

INTERPRETAR el fenómeno turístico como una estructura.

APLICAR los conocimientos de planificación para un ordenamiento turístico del desarrollo.

3.2. Area Empresa Turística

COMPRENDER globalmente el negocio Turístico, el diseño y la aplicación de estrategias para el desarrollo del mismo en diversos contextos.

CAPACITAR al alumno para la comprensión global de la problemática de la administración de empresas turísticas en general y de las pequeñas y medianas empresas turísticas de nuestra región en particular.

ADQUIRIR experiencias en empresas turísticas del medio, que sirvan de instancias integradoras de los aspectos teóricos y prácticos de la administración, como asimismo para la realimentación del proceso de aprendizaje.

DESARROLLAR esquemas conceptuales y adquirir habilidades para el manejo de procedimientos y técnicas de negociación turística.

DESARROLLAR la creatividad y la capacidad de innovación en la aplicación y combinación de las técnicas y recursos disponibles para la resolución de problemas decisorios vinculados al planeamiento, organización, dirección y control de empresas turísticas.

3.3. Area Productos Turísticos

Desde la perspectiva de la Restructuración del Plan de Estudio se intenta ubicar al Recurso Turístico en su adecuada dimensión, esto es, como insumo importante en la elaboración del Producto Turístico.

De este modo Producto Turístico corresponde al área específica y estaría integrada por tres ejes temáticos: Servicios, Recursos y Tipologías de Turismo.

Estos ejes temáticos interrelacionados integran productos que se ofrecen en el mercado a través de paquetes turísticos.

ES COPIA

Esta interrelación de ejes implica un desarrollo interdisciplinario compartido. El que presupone recortes metodológicos del objeto (Producto x) a fin de caracterizarlo en su integralidad y funcionamiento de las partes que lo componen. Es decir relacionar tipos de turismo con, naturaleza del recurso, esta con facilidades de infraestructura y equipamiento y todo ello con las actividades promovidas para los turistas.

Objetivos:

POSEER una visión integral del producto turístico como resultado de múltiples combinaciones de sus componentes.

INTERPRETAR al recurso como referente del paisaje al servicio como complemento indispensable y a la actividad factible de desarrollo como vínculo entre ambos.

3.4. Area de Marketing

IDENTIFICAR y COMPRENDER los principios generales del marketing y de servicios.

RECONOCER y DESARROLLAR los esquemas conceptuales del marketing.

ADQUIRIR experiencias en la aplicación práctica de las técnicas e integrar conocimientos y áreas de actividades al marketing de Servicios Turísticos.

CARACTERIZAR, DESARROLLAR, IDENTIFICAR y COMPRENDER los diversos tipos de mercados, con sus procesos metodológicos.

CAPACITAR para la comprensión y el desarrollo de estrategias de negocios vinculados a la actividad turística.

3.5. Area Idiomas

Teniendo en cuenta que el perfil profesional del Licenciado en Turismo requiere una persona dinámica, abierta a las tendencias mundiales en comunicaciones internacionales, la inserción del idioma Inglés en el plan de estudios debe visualizar como objetivo atender el aspecto de preparación básica e intermedia en los desempeños que se refieren al área de EXPRESION ORAL, LECTURA Y PRODUCCION DE TEXTOS específicos.

CONOCER y MANEJAR el vocabulario y las estructuras que posibilitan los intercambios comunicacionales relacionados con las actividades turísticas.

INTERPRETAR información de la especialidad, que llega a través de bibliografía, folletos, publicaciones, volantes, guías y materiales de uso cotidiano.

ES COPIA



MANEJAR las técnicas que posibilitan la elaboración de textos breves (notas, fax, telex, esquela).

UTILIZAR el diccionario bilingüe, optimizando la tarea de comprensión de textos.

EXPRESAR y COMPRENDER la emisión de ideas con referencia a temas relacionados con el turismo.

3.6. Area Metodológica

ADQUIRIR los conocimientos teóricos y destrezas en la aplicación de las herramientas de la estadística elemental.

CONOCER las diferentes etapas del proceso de investigación.

CONOCER las técnicas a ser utilizadas en el proceso de investigación.

LOGRAR la integración necesaria de los distintos aportes Teórico- Metodológico de las disciplinas pertinentes según tipo de recursos a investigar.

ES COPIA

ESTRUCTURA DEL PLAN DE LA LICENCIATURA EN TURISMO:

PRIMER AÑO

1.01- INTRODUCCION AL TURISMO

OBJETIVOS: Que los alumnos sean capaces de:

- INTERPRETAR la evolución histórica del turismo como consecuencia de los cambios en las condiciones socio-económicas y en la tecnología.
- COMPRENDER el hecho turístico como un fenómeno que tiene profundas raíces sociales y económicas.
- ANALIZAR las causas objetivas y subjetivas que convergen dando origen al fenómeno.
- VALORIZAR los efectos que provoca el turismo sobre un medio determinado.
- INTERPRETAR el fenómeno turístico como una estructura.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Evolución histórica del turismo y de sus servicios.
- La definición y su problemática. El Turismo fenómeno social.
- Factores coadyuvantes del turismo moderno. Factores condicionantes. Motivaciones. Turismo, Fenómeno estructural. Mercado, Oferta - Demanda.
- Efectos del turismo en la vida de los pueblos.

1.02- SERVICIOS TURISTICOS I

OBJETIVOS: Desde un enfoque empresarial, que los alumnos sean capaces de:

- INTERPRETAR el concepto de servicios turísticos.
- CARACTERIZAR sus diferencias, funcionamiento e interrelación.
- DISTINGUIR las particularidades de cada medio de transporte con su correspondiente infraestructura y equipamiento.
- SEÑALAR las particularidades de cada tipo de transporte con relación a las actividades turísticas.
- INTERPRETAR la participación de los medios de transporte en el conjunto de la oferta turística.
- DISTINGUIR Y SEÑALAR la participación de cada medio en los planes de desarrollo turístico.
- ADQUIRIR habilidades en cuanto al manejo de las estructuras y organizaciones: Tipo de empresas de transportes, aplicación de reglamentaciones generales y/o particulares que afecten a las diversas modalidades cuya actividad es el transporte de pasajeros.
- INTERPRETAR los valores en los que se fundamentan los preceptos ética profesional que rigen estas actividades.
- ADQUIRIR habilidades en el manejo de las últimas aplicaciones en



informática y marketing.

- ADQUIRIR experiencias en empresas turísticas del medio, que sirvan de instancias integradoras de los aspectos teóricos y prácticos de la asignatura.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Concepto de Infraestructura.
- Concepto de Equipamiento.
- Concepto de Servicios turísticos.
- Transportes Ferroviarios. Infraestructura y Equipamiento.
- Transporte automotor. Infraestructura y Equipamiento.
- Transporte aéreo. Infraestructura y Equipamiento.
- Transporte acuático. Infraestructura y Equipamiento.
- Construcción y aplicación de tarifas.
- Uso y manejo de guías de tráfico.
- Sistemas computarizados de reservas y emisión.
- Sistemas computarizados de tipo administrativo y contable específicos para cada medio de transporte.
- Legislación específica.

1.03- PRODUCTOS TURISTICOS MUNDIALES

OBJETIVOS GENERALES: Que los alumnos sean capaces de:

- POSEER una visión integral del producto turístico como resultado de múltiples combinaciones de sus componentes.

- INTERPRETAR al recurso como referente del paisaje, al servicio como complemento indispensable y a la actividad factible de desarrollar como vínculo entre ambos.

Esta asignatura está dividida en dos partes cuatrimestrales bien diferenciadas. En la primera parte se propone brindar un marco informativo que permita caracterizar el paisaje concebido, este último, como síntesis de relaciones geosistémicas. En tanto que en la segunda parte se realizarán Talleres de aplicación de contenidos o sea el reconocimiento de los productos y paquetes turísticos que están en el mercado.

PRIMERA PARTE:

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- ANALIZAR las modalidades que adopta la oferta turística en el espacio mundial.

- CARACTERIZAR los elementos del paisaje natural y cultural constituyentes del producto turístico.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Oferta turística: Concepto, clases. Recursos, Facilidades, Actividades. Productos y Paquetes turísticos. Componentes. Tipos Criterios de Clasificación.

- Recursos Turísticos: El paisaje como síntesis de relaciones geosistémicas: relieve, clima, bioma, dimensiones antrópicas.

ES COPIA

- Las geoformas y su uso recreativo: montañas, volcanes, cavernas, llanuras, mesetas, desiertos, glaciares, costas, ríos, lagos.
- Rasgos del bioma como generadores de recursos turísticos: selvas, bosques, estepas, desiertos, manglares.
- El contexto socio-histórico del recurso como condicionante del significado y la actividad turística como generadora de imagen.
- Principales movimientos estéticos y su constitución en recursos turísticos.
- Expresiones artísticas: Arquitectura, Escultura, Pintura, Orfebrería, Cerámica.
- Recursos generados por la cultura popular. Fiestas, Costumbres, Religiosidad, Artesanías, Gastronomía, Música, etc.

SEGUNDA PARTE:

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- ANALIZAR la interrelación de componentes de la oferta en distintos productos y paquetes ofrecidos en el mercado.
- PROPORCIONAR técnicas de relevamiento que permitan conocer y evaluar la situación de la oferta y de los productos turísticos.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Localización espacial de los recursos turísticos incorporados a los productos presentes en el mercado.

1.04- INTRODUCCION AL MARKETING DE SERVICIOS.

OBJETIVOS: Que los alumnos sean capaces de:

- IDENTIFICAR y COMPRENDER los principios generales que fundamentan el Marketing de servicios y su aplicación al turismo.
- RECONOCER los elementos constitutivos del marketing y las distintas orientaciones y enfoques para su estudio.
- DESARROLLAR los esquemas conceptuales y metodológicas aplicados al estudio de clientes y el proceso decisorio de consumo.-

CONTENIDOS MINIMOS:

- La comercialización como función económica. Importancia y limitaciones.
- El desarrollo histórico del marketing. Etapas y Orientaciones.
- Las distintas concepciones de marketing. La concepción actual.
- Marketing de bienes y marketing de servicios. Diferencias.
- Enfoque estratégico y de gestión del marketing. Componentes.
- Los fundamentos del consumo: necesidades, motivaciones, deseos.
- Enfoque psicológico de la conducta del consumidor.
- Enfoque Sociológico de la conducta del consumidor.
- Enfoque económico de la conducta del consumidor.
- El proceso de consumo aplicado a los servicios y al turismo.

ES COPIA



1.05- LABORATORIO DE INFORMATICA

OBJETIVOS: Que los alumnos sean capaces de:

- INTERPRETAR los conceptos básicos de la informática.
- CONOCER la terminología elemental utilizada.
- CONOCER los elementos de una computadora, sus funciones y las posibles aplicaciones en su futura actividad profesional.
- DOMINAR utilitarios básicos, como así también programas de aplicación específica, aplicada al turismo.
- INTEGRAR a las distintas materias la herramienta informática como forma de mediatizar los conocimientos, como instrumento pedagógico y como manera de internalizar las aplicaciones concretas de los ordenadores en las distintas áreas de su actividad profesional.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Elementos de sistema operativo.
- Procesador de textos.
- Administradores de base de datos relacionales.
- Uso y manejo de Guías de tráfico informatizados.
- Uso y manejo de sistemas computarizados de reservas y emisión de pasajes.
- Uso y manejo de sistemas computarizados de tipo administrativo y contable específicos para los medios de transporte.

1.06- INGLES I

Teniendo en cuenta que los alumnos que ingresan traen diferentes niveles de conocimientos originados en el nivel secundario, en este nivel se trata que los alumnos sean capaces de:

OBJETIVOS:

- RECONOCER y SELECCIONAR formas gramaticales de complejidad creciente.
- REALIZAR trabajo sistemático de reconocimiento y uso de vocabulario, con ayuda de diccionario bilingüe.
- LLEVAR a cabo procedimientos dirigidos a la lectura comprensiva de textos de complejidad creciente.
- SELECCIONAR y ORGANIZAR secciones del idioma tendiente a la escritura guiada.

CONTENIDOS MINIMOS

- Verb To Be -- am--is--are.
- Present Simple All Forms- . There is--- There are. Can --- Can't
- Simple Past Tense: Regular and Irregular Verbs -- All forms. ...
- Comparative form of adjectives
- Present continuous tense: All forms.
- Going to form.
- Present Perfect Tense: All forms

ES COPIA

VOCABULARY AREAS

- Name of Countries -- Family Relationships -- Jobs -- Things in the House -- Places, people, food, drink -- Skills and abilities -- Oposite adjectives -- Describing people -- The weather.

SEGUNDO AÑO

2.07- TEORIA DEL TURISMO

OBJETIVOS: Que los alumnos sean capaces de:

- INCORPORAR marcos teóricos interdisciplinarios que faciliten el abordaje de los efectos generados por las relaciones turista-residente.
- ANALIZAR los diferentes efectos en experiencias concretas y a la luz de dichos marcos.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Orígenes de los núcleos receptores. Tipos y Etapas de crecimiento.
- El turismo como área de estudio.
- El turismo como objeto de estudio de diferentes disciplinas.
- El turismo y la transformación del territorio: "La turificación".
Turismo e impacto ambiental, capacidad de carga.
- El sistema económico. Sector terciario:
- El turismo como generador de empleos.
- El turismo como incentivador del consumo.
- Multiplicador de ingresos.
- Dinamizador económico.
- Equilibrador interzonal.
- Aporte a la Balanza de Pagos.
- Sociedad y cultura:
- El turista como "consumidor de cultura local".
- Usos de la cultura.
- Estereotipos e imágenes culturales. "Lo Típico" y sus interpretaciones.
- La comunidad receptora como "recurso".
- Consecuencias de la transnacionalización del turismo.
Institucionalización del turismo.
- Efecto de demostración. El turista como persona exitosa.
- Motivaciones. Satisfactores y perfiles de demanda.

2.08- SERVICIOS TURISTICOS II

OBJETIVOS: Desde un enfoque empresarial, que los alumnos sean capaces de:

- INTERPRETAR y VALORAR los diferentes servicios como elementos constitutivos del sistema turístico.
- ADQUIRIR amplio dominio sobre la organización y administración de una Agencia de Viajes.
- CONOCER y DOMINAR en sus máximas expresiones la vinculación de dichos servicios con: los clientes, proveedores y otros agentes prestadores de servicios.
- DOMINAR fehacientemente los instrumentos legales que regulan al

ES COPIA

sector.

- ADQUIRIR destrezas en el uso de los manuales de información turística.
- DESARROLLAR creativamente paquetes turísticos.
- ADQUIRIR habilidades en el manejo de las últimas aplicaciones en informática y marketing.
- ADQUIRIR experiencias en empresas turísticas del medio, que sirvan de instancias integradoras de los aspectos teóricos y prácticos de la asignatura.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Agencias de Viajes. Evolución histórica.
- Instrumentos legales vigentes que rigen la actividad.-
- Clasificación de las agencias. Estructura y Funcionamiento.
- Organización interna: administrativa, contable y operativa.
- Organización interna: ventas.
- Planificación y Elaboración de productos.
- Niveles de empleo.
- Organismos que agrupan a los agentes de viajes.
- Sistemas computarizados de reservas y ventas.
- Sistemas computarizados de tipo administrativo y contables de aplicación en agencias de viajes.
- Legislación específica.

2.09- PRODUCTOS TURISTICOS NACIONALES.

OBJETIVOS GENERALES: Que los alumnos sean capaces de:

- POSEER una visión integral del producto turístico como resultado de múltiples combinaciones de sus componentes.
- INTERPRETAR al recurso como referente del paisaje, al servicio como complemento indispensable y a la actividad factible de desarrollar como vínculo entre ambos.

Esta asignatura está dividida en dos partes **cuatrimestrales** bien diferenciadas. En la **primera parte** se propone brindar un marco informativo que permita caracterizar el paisaje del ámbito nacional concebido, este último, como síntesis de relaciones geosistémicas. En tanto que en la **segunda parte** se realizarán Talleres de aplicación de contenidos o sea el reconocimiento de los productos y paquetes turísticos que están en el mercado.

PRIMERA PARTE:

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- ANALIZAR las modalidades que adopta la oferta turística en el espacio nacional.
- CARACTERIZAR los elementos del paisaje natural y cultural constituyentes de los productos turísticos.

CONTENIDOS MINIMOS:

ES COPIA

- Oferta turística: Concepto, clases. Recursos, Facilidades, Actividades. Productos y Paquetes turísticos. Componentes. Tipos Criterios de Clasificación.
- Recursos Turísticos: El paisaje como síntesis de relaciones geosistémicas: relieve, clima, bioma, dimensiones antrópicas.
 - Las geoformas y su uso recreativo: montañas, volcanes, cavernas, llanuras, mesetas, desiertos, glaciares, costas, ríos, lagos.
 - Rasgos del bioma como generadores de recursos turísticos: selvas, bosques, estepas, desiertos, manglares.
 - El contexto socio-histórico del recurso como condicionante del significado y la actividad turística como generadora de imagen.
 - Principales movimientos estéticos y su constitución en recursos turísticos.
 - Expresiones artísticas: Arquitectura, Escultura, Pintura, Orfebrería, Cerámica.
 - Recursos generados por la cultura popular. Fiestas, Costumbres, Religiosidad, Artesanías, Gastronomía, Música, etc.

SEGUNDA PARTE:

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- ANALIZAR la interrelación de componentes de la oferta en distintos productos y paquetes ofrecidos en el mercado.
- PROPORCIONAR técnicas de relevamiento que permitan conocer y evaluar la situación de la oferta y de los productos turísticos.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Localización espacial de los recursos turísticos incorporados a los productos presentes en el mercado.

2.10- LABORATORIO INTEGRADO DE MARKETING

OBJETIVOS: Que los alumnos sea capaces de:

- DESARROLLAR habilidades para el manejo de herramientas conceptuales y operativas aplicables en la gestión de marketing de servicios.
- ADQUIRIR experiencias en la aplicación práctica de técnicas de ventas, desarrollo de productos, canales de comercialización, manejo de precios y campañas de comunicación e impulsión de productos.
- INTEGRAR conocimientos y áreas de actividades vinculadas al marketing de servicios turísticos.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Productos. Atributos y satisfactores. Producto Turístico. Ciclo vital. Canales de Comercialización. ventas directas e indirectas. Técnicas. Precios. Modalidades. Costos. Márgenes. Componentes tributarios. Comunicación con el cliente. Publicidad. Promoción. Propaganda. Fuerza de ventas. Selección y capacitación de vendedores.



2.11- INGLES II

ES COPIA

OBJETIVOS:

- REFORZAR las habilidades iniciadas en el nivel anterior, orientándolas hacia el manejo oral en situaciones relacionadas con las actividades turísticas.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Could you? -- Do you have? I'll
- Questions. -- Would you like? Future Simple.
- Present Continuous: Going to -- If you'll -- Will you be staying.
- There was -- Have (got) Will have to -- Should.
- Would you mind?
- Imperatives -- Should -- Need -- Worth + Gerund.
- How Long? -- For -- Until -- Can
- Modals -- Passive--

VOCABULARY AREAS

-Currency--greetings--Places--Dates--Hotel terms--Credit Cards Hotel Services and Facilities--Restaurant Terms, drinks--Food--Check in terms--In flight Services.--Polite excuses--Colours--Money--Sizes--Clothes--Currency--Banking Terms--Transportation times--Directions--Office Money--Alphabet--Duty-Free Stores.

2.12- ESTADISTICA I (Estadística Descriptiva)

OBJETIVOS GENERALES:

- RECONOCER a la disciplina Estadística, sus usos y aplicaciones en diferentes campos del conocimiento y profesiones.
- FAMILIARIZAR a los alumnos con los conceptos básicos de la disciplina y el manejo elemental de datos.
- APRENDER las técnicas para la descripción y análisis elemental de datos.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Conceptos y definiciones elementales
- Organización datos primarios: matriz de datos.
- Análisis de datos de una matriz: el análisis y los objetivos de la investigación, análisis univariado y multivariado (bivariado).
- Análisis de datos univariados.
- Exploración de datos: diagrama de tallo- hoja.
- Resumen de datos (numéricos y categóricos) mediante distribuciones de frecuencias: construcción y análisis de tablas de frecuencia.
- Descripción gráfica de datos univariados: histogramas, polígonos, gráficos de torta, diagrama de Lorenz, pictogramas, etc.
- Descripción numérica de datos univariados. medidas de tendencia central y posición (aplicación a datos cuantitativos y categóricos).
- Medidas de variación y asimetría: diagrama de box-plot.
- Dispersión de datos categóricos.
- Análisis de datos bivariados.
- Resumen de datos bivariados: tablas de contingencia
- Construcción y análisis de tablas bivariadas.

ES COPIA

- Análisis gráfico de tablas de contingencia: gráficos compuestos y de partes componentes, diagrama de dispersión.
- Asociación entre variables (numéricas y categóricas): covariación, medidas de asociación.
- Análisis de Regresión y correlación lineal simple.
- Elementos de la Teoría y Cálculo de probabilidades.

2.13- ESTADISTICA II (Muestreo e inferencia clásica, Pruebas de Hipótesis)

OBJETIVOS GENERALES:

- INTRODUCIR los fundamentos teóricos de las técnicas estadísticas de muestreo e inferencia clásica, que son de uso corriente en la investigación.
- ENTRENAR a los alumnos en la aplicación de estas técnicas en problemas específicos de su campo profesional.
- RECONOCER los alcances y límites de la estadística inferencial.

CONTENIDOS MINIMOS: -

- Estrategias de observación en la investigación: enumeración completa, muestreo, muestreo probabilístico y no probabilístico.
- Inferencias a partir de muestras: parámetros, estadísticos muestrales, estimadores, errores de estimación.
- Distribuciones en el muestreo: distribuciones de estadísticos especiales.
- Estimación clásica: puntual y por intervalos de confianza.
- Pruebas de hipótesis: paramétricas y no paramétricas.

TERCER AÑO.-

3.14- RELEVAMIENTO DE PRODUCTOS POTENCIALES

OBJETIVOS: Que los alumnos sean capaces de:

- ABORDAR la investigación de nuevos productos desde los marcos aportados por la planificación.
- APLICAR los conocimientos de planificación para proceder a un ordenamiento turístico del territorio, con el objeto de compatibilizar la política turística con las políticas de desarrollo económico.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Relevamiento. Tipos. Técnicas de inventario. Etapa de diagnóstico.
- El Relevamiento como insumo de la Planificación.
- Identificación, evaluación y selección de atractivos Turísticos.
- Preservación y Puesta en valor de Recursos Turísticos.
- Investigación de nuevos Productos Turísticos.



ES COPIA

3.15-SERVICIOS TURISTICOS III

OBJETIVOS: Desde un enfoque empresarial, que los alumnos sean capaces de:

- ADQUIRIR amplio dominio sobre la organización y administración de los establecimientos que brindan alojamiento.
- CONOCER y DOMINAR en sus máximas expresiones la vinculación de dichos servicios, con los clientes, proveedores y otros prestatarios de servicios.
- DOMINAR fehacientemente los instrumentos legales que rigen al sector.
- ADQUIRIR habilidades en el manejo de las últimas aplicaciones en informática.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Origen y evolución del servicio de alojamiento.
- Tipos de alojamiento. Clasificación. Categorías.
- Empresa Hotelera: Organización y Funcionamiento.
- Secciones del hotel.
- Niveles de empleo: Perfiles, misión y funciones.
- Tipos de Restaurantes: Clasificación. Categoría.
- Empresas Gastronómicas: Organización y Funcionamiento.
- Secciones del establecimiento gastronómico.
- Niveles de empleo: Perfiles, misión y funciones.
- Sistemas computarizados de reservas y ventas.
- Sistemas computarizados de tipo administrativo y contable de aplicación en los sectores de alojamiento y gastronomía.
- Legislación específica.

3.16- PRODUCTO TURISTICO de MISIONES y el MERCOSUR.

OBJETIVOS GENERALES: Que los alumnos sean capaces de:

- POSEER una visión integral del producto turístico como resultado de múltiples combinaciones de sus componentes.
- INTERPRETAR al recurso como referente del paisaje, al servicio como complemento indispensable y a la actividad factible de desarrollar como vínculo entre ambos.

Esta asignatura está dividida en dos partes **cuatrimestrales** bien diferenciadas. En la **primera parte** se propone brindar un marco informativo que permita caracterizar el paisaje concebido, este último, como síntesis de relaciones geosistémicas. En tanto que en la **segunda parte** se realizarán Talleres de aplicación de contenidos o sea el reconocimiento de los productos y paquetes turísticos que están en el mercado.

PRIMERA PARTE:

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- ANALIZAR las modalidades que adopta la oferta turística en el espacio.
- CARACTERIZAR los elementos del paisaje natural y cultural constituyentes del producto turístico.

ES COPIA

CONTENIDOS MINIMOS:

- Oferta turística: Concepto, clases. Recursos, Facilidades, Actividades. Productos y Paquetes turísticos. Componentes. Tipos Criterios de Clasificación.
- Recursos Turísticos: El paisaje como síntesis de relaciones geosistémicas: relieve, clima, bioma, dimensiones antrópicas.
 - Las geoformas y su uso recreativo: montañas, volcanes, cavernas, llanuras, mesetas, desiertos, glaciares, costas, ríos, lagos.
 - Rasgos del bioma como generadores de recursos turísticos: selvas, bosques, estepas, desiertos, manglares.
 - El contexto socio-histórico del recurso como condicionante del significado y la actividad turística como generadora de imagen.
 - Principales movimientos estéticos y su constitución en recursos turísticos.
- Expresiones artísticas: Arquitectura, Escultura, Pintura, Orfebrería, Cerámica.
- Recursos generados por la cultura popular. Fiestas, Costumbres, Religiosidad, Artesanías, Gastronomía, Música, etc.

SEGUNDA PARTE:

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- ANALIZAR la interrelación de componentes de la oferta en distintos productos y paquetes ofrecidos en el mercado.
- PROPORCIONAR técnicas de relevamiento que permitan conocer y evaluar la situación de la oferta y de los productos turísticos.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Localización espacial de los recursos turísticos incorporados a los productos presentes en el mercado.

3.17- ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS: Que los alumnos sea capaces de:

- CARACTERIZAR los distintos tipos de mercados turísticos y las fuerzas estructurales que determinan a los mismos.
- DESARROLLAR los contenidos conceptuales y procesos metodológicos que se aplican en la investigación de mercados turísticos.
- IDENTIFICAR y COMPRENDER los principios y criterios y desarrollar habilidades para la segmentación y selección de mercados turísticos.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Los fundamentos económicos de los mercados. Clasificación.
- Los servicios en la economía. Mercados Turísticos.
- Las fuerzas estructurales de los mercados turísticos.
- El contexto y el entorno. Variables. Indicadores. Tendencias.
- La investigación de mercados. Concepto. Tipos de investigaciones.
- El proceso de investigación de mercados. Metodología. Técnicas e

ES COPIA

instrumentos. Estudio motivacional. Estudio sociocultural. Estudio Económico.
Identificación de mercados potenciales.

- La información. Segmentación de mercados. Criterios. Tipos.
- Modelo de segmentación de mercados turísticos.

3.18-INGLES III.

OBJETIVOS: Los alumnos deberán ser capaces de:

- LEER e INTERPRETAR bibliografía especializada, orientada a la actividad turística, proveniente de trabajos de investigación, Publicaciones, Folletos.
- ELABORAR trabajos referidos a temas del quehacer turístico.
- MANTENER comunicación oral

CONTENIDOS MINIMOS:

- Se trabajará con material auténtico y simulado proveniente de trabajos de investigación, publicaciones y libros de texto relacionados con el turismo.

3.19- METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

OBJETIVOS: Que los alumnos sean capaces de:

- INCORPORAR conceptos básicos epistemológicos.
- CONOCER las diferentes etapas del proceso de investigación.
- MANEJAR adecuadamente las técnicas a ser utilizadas en el proceso de investigación.
- REALIZAR una práctica de investigación utilizando la técnica de la encuesta por muestreo.

CONTENIDOS MINIMOS

- Nociones epistemológicas básicas.
- El proceso de investigación: Etapas fundamentales.
- Variables, Unidades de análisis y valores.
- Universos y muestras. Principales tipos de muestras. Tipos de diseños de la investigación procesamiento, recolección de datos.
- Análisis e interpretación de los datos. Indicadores e índices . construcción de escalas.

CUARTO AÑO.

4.20- PROBLEMATICA SOCIOLOGICA DEL TURISMO

OBJETIVOS: Que los alumnos sean capaces de:

- IDENTIFICAR y ANALIZAR los paradigmas provenientes de la sociología de posible utilización en el Turismo.

ES COPIA

- INCORPORAR modelos teóricos que le permitan abordar aspectos socioculturales del fenómeno turístico para eventuales trabajos de investigación.
- ANALIZAR informes técnicos, ponencias, investigaciones, relativas al área de estudio cuyos encuadres teóricos provengan de las ciencias sociales.
- APLICAR conceptos teorías y metodologías que permitan operacionalizar al turismo como objeto de estudio.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Lectura, análisis e interpretación de publicaciones específicas con perspectivas sociológicas.
- Desagregar sus partes teóricas, metodológicas y de aplicación para abordar la realidad del fenómeno.
- Comparación de modelos teóricos.
- Elección de encuadres conceptuales según temática.

4.21- PROBLEMÁTICA ECONOMICA DEL TURISMO.

OBJETIVOS:

- IDENTIFICAR y ANALIZAR los paradigmas provenientes de las Ciencias Económicas de posible utilización en el Turismo.
- INCORPORAR modelos teóricos que le permitan abordar aspectos económicos del fenómeno turístico para eventuales trabajos de investigación.
- ANALIZAR informes técnicos, ponencias, investigaciones, relativas al área de estudio cuyos encuadres teóricos provengan de las ciencias económicas.
- APLICAR conceptos teorías y metodologías que permitan operacionalizar al turismo como objeto de estudio.

CONTENIDOS MINIMOS

- Lectura, análisis e interpretación de publicaciones específicas con perspectivas provenientes de las ciencias económicas.
- Desagregar sus partes teóricas, metodológicas y de aplicación para abordar la realidad del fenómeno.
- Comparación de modelos teóricos.
- Elección de encuadres conceptuales según temática.

**4.22- ORGANIZACION Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS
TURISTICAS**

OBJETIVOS:

- CAPACITAR al alumno para la comprensión global del negocio Turístico, el diseño y la aplicación de estrategias para el desarrollo del mismo en diversos contextos.
- CAPACITAR al alumno para la comprensión global de la problemática de la administración de empresas turísticas en general y de las pequeñas y medianas empresas turísticas de nuestra región en particular.

ES COPIA

- ADQUIRIR experiencias en empresas turísticas del medio, que sirvan de instancias integradoras de los aspectos teóricos y prácticos de la administración, como asimismo para la realimentación del proceso de aprendizaje.
- DESARROLLAR esquemas conceptuales y adquirir habilidades para el manejo de procedimientos y técnicas de negociación turística.
- DESARROLLAR la creatividad y la capacidad de innovación en la aplicación y combinación de las técnicas y recursos disponibles para la resolución de problemas decisivos vinculados al planeamiento, organización, dirección y control de empresas turísticas.

CONTENIDOS MINIMOS

- Concepto de administración. Distintas concepciones históricas de la administración. Los clásicos y neoclásicos. El modelo burocrático. Las relaciones humanas. Los sociólogos y los psicólogos. El enfoque organizacional. El enfoque de sistemas. Desarrollo histórico del enfoque estratégico en la administración. La administración estratégica.
 - La administración como ciencia y técnica. Las organizaciones como objeto de estudio de la administración. Filosofía de la administración. Sociología de la organización. Psicología de la organización. El diseño organizacional. Los modelos de estructuras. La cultura organizacional. Los paradigmas actuales.
 - Las empresas turísticas. Caracterización. Tipología. La gerencia de empresas turísticas. Los estilos de dirección. El liderazgo. La influencia. La motivación. Las comunicaciones humanas. El sistema de información. El proceso decisorio. La coordinación. El control.
 - El análisis estratégico. Prospección. Modelo analítico. Definición del negocio. Posicionamiento. Estrategia Genérica. Estrategias y Tácticas. Tipos de Estrategias. Principios y Técnicas aplicables al negocio turístico.
 - La problemática de la pequeña y mediana empresa turística regional. Forma societaria. Desarrollo Gerencial. Tamaño. Tecnología. Mercados. Inversión. Financiamiento. Costos.

4.23- PLANIFICACION TURISTICA

OBJETIVOS: Que los alumnos sean capaces de:

- APLICAR los conocimientos de planificación para proceder a un ordenamiento turístico del territorio, con el objeto de compatibilizar la política turística con las políticas de desarrollo económico.

CONTENIDOS MINIMOS:

- La Planificación como herramienta de desarrollo: el contexto de la Planificación.
- Planificación Económica: distintos conceptos. Elementos de la planificación.
- Planificación del desarrollo y del quehacer turístico: análisis de las variables socioeconómicas que condicionan la demanda.
- Turismo y desarrollo turístico: su importancia en la generación de ingresos.
- Planificación Regional: Identificación y objetivos. Turismo:



ES COPIA

contribución al desarrollo regional. Los proyectos de desarrollo turísticos.

- Propuestas alternativas de Planificación

4.24- INGLES IV

OBJETIVOS: Los alumnos deberán ser capaces de:

- LEER e INTERPRETAR bibliografía especializada, orientada a la actividad turística, proveniente de trabajos de investigación, Publicaciones, Folletos.

- ELABORAR trabajos referidos a temas del quehacer turístico.

- MANTENER comunicación oral.

CONTENIDOS MINIMOS:

- Se trabajará con material auténtico y simulado proveniente de trabajos de investigación, publicaciones y libros de texto relacionados con el turismo.

4.25- TALLER DE INVESTIGACION DE RECURSOS TURISTICOS

Se trata de un taller cuya temática se definirá año a año de acuerdo a la necesidad de profundización que se observe en el Plan total y a las tendencias tanto académicas como del mercado laboral.

OBJETIVO:

- LOGRAR la articulación necesaria entre la práctica universitaria cuyo objeto de estudio sea los recursos turísticos y los distintos aportes teóricos-metodológicos de las disciplinas pertinentes según tipos de recursos a investigar.

CONTENIDOS MINIMOS:

Se determinarán de acuerdo a la temática específica.

QUINTO AÑO

5.26- PASANTÍAS Y ELABORACIÓN DE MONOGRAFÍA DE GRADO.

Durante este año académico se plantea que los alumnos realicen pasantías dentro de instituciones públicas y/o privadas, por un período mínimo de tres meses.

OBJETIVO:

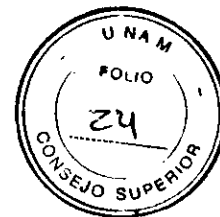
- Que la pasantía estimule un posible tema a tomar para el Plan de Monografía de grado. Este proceso contará con el asesoramiento de un Docente.

Desarrollo de la Monografía de Grado: Esta se plantea como una investigación aplicada y/o operativa que conlleve a dar respuestas posibles en cuanto a: Organización, Administración, Marketing, Relevamiento de productos potenciales, etc. según el tema elegido por el alumno.

ES COPIA



MINISTERIO DE CULTURA Y EDUCACION
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES
CONSEJO SUPERIOR
CAMPUS UNIVERSITARIO - RUTA 12 - KM - 7 1/2
ESTAFETA MIGUEL LANUS - 3304 - POSADAS - MISIONES



POSADAS, 20 SET. 1999

VISTO: El Expte. H-216/99 por el cual la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales eleva el proyecto de modificación del Plan de Estudios de la carrera de Licenciatura en Turismo; y,

CONSIDERANDO:

QUE en el mismo se reordena la distribución curricular de las asignaturas del Plan de Estudios sin modificar sus contenidos mínimos.-

QUE la Comisión de Enseñanza en despacho N° 019/99 sugiere aprobar las modificaciones propuestas por el Consejo Directivo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales.

QUE el tema fue tratado en la 6ª Sesión Ordinaria, efectuada el 18 de Agosto de 1999.-

Por ello:

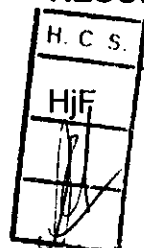
**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES**

RESUELVE:

ARTICULO 1º.- APROBAR la modificación del Plan de Estudios de la carrera de Licenciatura en Turismo de acuerdo a lo establecido en el Anexo de la presente Resolución.-

ARTICULO 2º.- REGISTRAR, Comunicar y Cumplido. Archivar.-

RESOLUCION CS N° 051 / 99

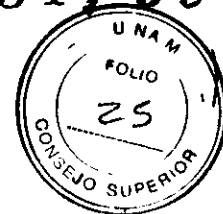


Dr. DANIEL ALEJANDRO ESPERANZA
SECRETARIO
CONSEJO SUPERIOR
Universidad Nacional de Misiones

Ing. JORGE CARLOS BETTAGLIO
PRESIDENTE CONSEJO SUPERIOR
Universidad Nacional de Misiones

ES COPIA

LILIANA LUZ TRIVISANI
Directora Gestión Administrativa
Consejo Superior



ANEXO

LICENCIATURA EN TURISMO

PLAN DE ESTUDIOS

PRIMER AÑO

CÓDIGO	CURSO	ASIGNATURAS	RÉGIMEN DE DICTADO	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
1-01	1º	Introducción al Turismo	Anual	4 cuatro	120
1-02	1º	Servicios Turísticos I	Anual	5 cinco	150
1-03	1	Productos Turísticos Mundiales	Anual	5 cinco	150
1-04	1º	Introducción al Marketing de Servicios	Cuatrimstral	4 cuatro	60
1-05	1º	Laboratorio de Informática	Cuatrimstral	3 tres	45
1-06	1º	Inglés I	Anual	6 seis	180

TOTAL DE CRÉDITO 1er. AÑO: 705

SEGUNDO AÑO

2-07	2º	Teoría del Turismo	Anual	4 cuatro	120
2-08	2º	Servicios Turísticos II	Anual	5 cinco	150
2-09	2º	Productos Turísticos Nacionales	Anual	5 cinco	150
2-10	2º	Estudio de Mercado	Cuatrimstral	4 cuatro	60
2-11	2º	Inglés II	Anual	6 seis	180
2-12	2º	Estadística I	Cuatrimstral	4 cuatro	60
2-13	2º	Estadística II	Cuatrimstral	4 cuatro	60

TOTAL DE CRÉDITO 2do. AÑO: 780

ES COPIA

LILIANA LUZ TREVISANI
Directora Gestión Administrativa
Consejo Superior



ANEXO RES. CS N° 051 / 99

TERCER AÑO

3-14	3°	Relevamiento de productos potenciales.	Cuatrimstral	4 cuatro	60
3-15	3°	Servicios Turísticos III	Anual	5 cinco	150
3-16	3°	Productos Turísticos de Misiones y el Mercosur.	Anual	5 cinco	150
3-17	3°	Laboratorio Integrado de Marketing	Cuatrimstral	4 cuatro	60
3-18	3°	Inglés III	Anual	6 seis	180
3-19	3°	Metodología de la Investigación	Anual	5 cinco	150

TOTAL DE CRÉDITO 3er. AÑO 750

CUARTO AÑO

4-20	4°	Problemática Sociológica del Turismo.	Anual	3 tres	90
4-21	4°	Problemática Económica del Turismo	Anual	3 tres	90
4-22	4°	Organización y Administración de Empresas Turísticas	Anual	5 cinco	150
4-23	4°	Planificación Turística.	Anual	5 cinco	150
4-24	4°	Inglés IV	Anual	6 seis	180
4-25	4°	Taller de Investigación de Recursos Turísticos	Cuatrimstral	4 cuatro	60

TOTAL DE CRÉDITO 4to. AÑO 720

ES COPIA

LILIANA LUZ TREVISANI
Directora Gestión Administrativa