



RESOLUCIÓN CS N°

059 / 14

Avellaneda, 14 ABR 2014

**VISTO:**

El Expediente 071/14, la Resolución de Consejo Superior 113/2013 y las observaciones efectuadas por la Dirección Nacional de Gestión Universitaria del Ministerio de Educación mediante el Expediente 13929/13.

**CONSIDERANDO:**

Que por Expediente N° 13929/13 la Universidad Nacional de Avellaneda solicitó ante el Ministerio de Educación de la Nación, el reconocimiento oficial del título correspondiente al Ciclo de Complementación Curricular en Turismo y su consecuente validez nacional.

Que la Dirección Nacional de Gestión Universitaria solicita modificar los requisitos de Ingreso a la carrera especificando la cantidad mínima de años del título para su ingreso.

Que la Secretaría Académica de la Universidad Nacional de Avellaneda evaluó las sugerencias recibidas y procedió a efectuar las modificaciones correspondientes a las observaciones efectuadas.

Que la Comisión de Enseñanza avaló los alcances que se encuentran en el Anexo I.

Que la presente resolución se dicta en usos de las facultades conferidas al Consejo Superior de la



Universidad Nacional de Avellaneda, de acuerdo al artículo 54 del estatuto Universitario.

**POR ELLO,**

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

**RESUELVE:**

**ARTÍCULO 1°:** Aprobar la creación de la carrera de Ciclo de Complementación para la Licenciatura en Turismo.

**ARTÍCULO 2°:** Aprobar el plan de estudios de la carrera que se acompaña como Anexo I y forma parte de la presente.

**ARTÍCULO 3°:** Derogar la Resolución (CS) 113/13 reemplazándola por la presente Resolución.

**ARTÍCULO 4°:** Modificar los requisitos de ingreso a la carrera; el mismo quedará redactado según lo establecido en el Anexo I de la presente Resolución.

**ARTÍCULO 5°:** Elevar la presente Resolución a la Dirección de Gestión Universitaria del Ministerio de Educación y encomendar consecuentemente, la pronta resolución de reconocimiento de título y validez nacional de la citada carrera que se desarrolla en esta Universidad.

**ARTÍCULO 6°:** Comuníquese, Regístrese, Publíquese y cumplido, Archívese.

**RESOLUCIÓN CS N°:**

059 / 14

Ing. JORGE F. CALZONI

Handwritten marks in a box, including a checkmark and the number 13.

RESOLUCIÓN CS N°

059 / 14

Anexo I

**2.1 IDENTIFICACIÓN DE LA CARRERA**

**CICLO DE COMPLEMENTACION CURRICULAR PARA LA LICENCIATURA EN TURISMO.**

**2.2 NIVEL DE CARRERA**

Carrera de GRADO

**2.3 OBJETIVOS DE LA CARRERA**

En las últimas décadas, el Turismo se ha convertido a escala mundial en una de las actividades socioeconómicas, que mayor cantidad de dinero mueve y más salida laboral ofrece. Esto se debe a un extraordinario efecto multiplicador y dinamizador socioeconómico que genera medios no sólo para quienes prestan servicios turísticos, sino también para todos los habitantes de una comunidad

La incorporación de nuevos segmentos de la población a la actividad turística y la multiplicación de prestaciones generó una complejización creciente de las necesidades formativas y fue necesaria la incorporación de saberes de varias disciplinas, es así que en primera instancia aparecieron instituciones de formación profesional laboral, y poco después las profesiones del turismo efectivizaron su ingreso a los grados superiores del sistema formal.

Un público cada vez más informado, mercados que cambian constantemente, un avance vertiginoso de la tecnología, son algunas de las realidades, que están mostrando una tendencia hacia la configuración de nuevas estructuras organizacionales y sistemas de gestión para lograr una mayor productividad y efectividad. La nueva era del turismo que propuso FAYOS-SOLA como paradigma viable, por su capacidad de respuestas a los embates del futuro, donde los factores de cambio son la flexibilidad, la gestión de calidad, el desarrollo integrado en el entorno, el enfoque hacia el cliente y la innovación.



RESOLUCIÓN CS Nº

059 / 14

El turismo en nuestros días es una experiencia de comunicación, ya sea con otros hombres, con la naturaleza o bien con las manifestaciones culturales, donde los alcances cualitativos son sumamente llamativos y trascendentales ya que el turismo, se caracteriza por la complejidad de sus productos.

Actualmente está adquiriendo mayor relevancia la formación de recursos humanos para regiones turísticamente explotables. Sólo profesionales altamente capacitados, podrán potenciar de manera más eficaz lo destacable de cada región o país. En ese sentido, los avances nos han hecho ver, hoy, que no se progresa por lo que tiene en las manos, sino por lo que tiene en la mente.

La futura complejidad del mercado, clientes cada vez más exigentes e informados y nuevos competidores, promueve que la clave para la diferenciación y la competitividad este en la generación de un altísimo valor agregado y en turismo esto tiene que ver directamente con el recurso humano.

#### 2.4 PERFIL DEL TÍTULO

La carrera ha sido diseñada para la formación de profesionales en el campo del Turismo, haciendo especial foco en la investigación, planificación, desarrollo y gestión del turismo, incorporando criterios innovadores en cuanto a la comercialización, comunicación y gestión de la calidad en servicios turísticos, en un contexto sustentable a nivel social, ambiental, económico y político.

#### 2.5 ALCANCE DEL TÍTULO

##### Del Licenciado en Turismo:

- > Analizar al turismo, en el contexto de globalización que caracterizan los procesos económicos sociales ambientales y culturales de la actualidad.
- > Dominar marcos teóricos y metodológicos que le permitan desarrollar al turismo como un agente dinámico socioeconómico cultural asociado al contexto regional y nacional.




RESOLUCIÓN CS Nº

059 / 14

- > Desarrollar actividades de asesoramiento, gestión, dirección de empresas y organizaciones turísticas públicas o privadas.
- > Identificar, analizar y elaborar Productos –Servicios- turísticos innovadores.
- > Realizar investigación aplicada, relacionada con innovaciones, tendencias y las necesidades del sector turismo, en el ámbito público privado y académico.
- > Asesorar en la regulación de la actividad con el objeto de optimizar las condiciones de trabajo y la calidad de servicio.
- > Integrar equipos interdisciplinarios para promover la creación y el mejor desarrollo de productos turísticos innovadores.
- > Asesorar y participar activamente en organismos e instituciones, públicos y privados en aquellos temas de su incumbencia.
- > Trabajar en función de la sostenibilidad de los recursos que emplea para el desarrollo de su actividad.
- > Garantizar las relaciones respetuosas entre las comunidades receptoras y los turistas.

## 2.6 REQUISITO DE INGRESO A LA CARRERA

Se requiere título de: Pregrado

Guía de Turismo, con una carga horaria mínima de 1600hs. Técnico en Turismo, con una carga horaria mínima de 1600 Hs. Egresados de instituciones educativas oficiales Universitarias o no universitarias.

Los años mínimos de duración de los títulos que se requieren para el ingreso a la carrera de Ciclo de Complementación para la Licenciatura en Turismo es de tres (3) años.

## 2.7 ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

Se organiza en función de una secuencia articulada de conocimientos y se estructura como una currícula semiflexible, con un total de 1200 Hs reloj, distribuidas en tres cuatrimestres: certificación grado.



RESOLUCIÓN CS Nº **059 / 14**

Al finalizar el tercer cuatrimestre de este Ciclo de Complementación Curricular y aprobar una Tesis, que conste en una investigación aplicada, se obtiene el título de **Licenciado en Turismo**

**Actividades previstas.**

Se propone una estrecha relación entre teoría y práctica de modo que ambos aspectos se enriquezcan mutuamente en:

Clases teórico-prácticas, clases en espacios virtuales como apoyo complementario a las horas de presencialidad, investigación y trabajos de campo, laboratorio informático. La elaboración del pre-proyecto de tesina de grado comenzara a diseñarse en el Taller de Investigación e Innovación en turismo al término del primer cuatrimestre y continuará su elaboración en el marco del proyecto final de tesinas en los siguientes cuatrimestres.

Las áreas de conocimiento que integran el ciclo son:

Área Turística	Área de Empresas Turísticas	Área Metodología y Tecnológica
Circuitos e Impacto ambiental	Gestión de la Calidad en turismo	Estadística turística
Turismo Social	Marketing turístico	Metodología de la investigación
Turismo Rural	Administración y Gestión de Empresas de Viajes y Turismo	Taller de Investigación e innovación Turística
Planificación Turística	Administración y gestión de recursos humanos	Elaboración y evaluación de proyectos turísticos sustentables
Organización y gestión de Destinos turísticos	Obligaciones y contratos turísticos	Comunicación e innovación tecnológica
Gestión Pública de Turismo		Informatica-Google Earth PRO. Sistema GIS. Sistemas Integrados GUIDEMAPS

RESOLUCIÓN CS N°

059 / 14

Turismo Accesible		Diseño de productos turísticos potenciales e innovadores
Turismo Cultural		

Para acceder al título de grado el estudiante deberá realizar un Trabajo Final.

Una vez cumplido este ciclo, se otorgará el título de **Licenciado en Turismo**.

Carga horaria del Plan de Estudios

La distribución de materias y carga horaria es la siguiente:

COD	Materia	Duración	Tipo	HS SEMANA	HS CUATRIM
1	Estadística Turística	C	OB	2	32
2	Metodología de la Investigación	C	OB	2	32
3	Taller de Investigación e innovación turística	C	OB	4	64
4	Comunicación e innovación tecnológica	C	OB	4	64
5	Optativa I	C	OB	4	64
6	Optativa II	C	OP	4	64
7	Trabajo Social Comunitario I		TSC	2	32
	Inglés I			2	32
	Portugués I			2	32
	<b>Total del I cuatrimestre</b>				<b>416</b>

  
ME



RESOLUCIÓN CS Nº

059 / 14

8	Planificación Turística	C	OB	4	64
9	Gestión de la calidad en turismo	C	OB	2	32
10	Marketing turístico	C	OB	2	32
11	Administración y gestión de Empresas de Viajes y Turismo.	C	OB	4	64
12	Obligaciones y contratos turísticos	C	OB	2	32
13	Optativa III	C	OP	2	32
14	Optativa IV	C	OP	2	32
15	Proyecto final Tesis. Construcción de marco teórico.	C	OB	2	32
	Inglés II			2	32
	Portugués II			2	32
	<b>Total del II cuatrimestre</b>				<b>384</b>
16	Organización y gestión de Destinos turísticos	C	OB	4	64
17	Optativa V	C	OP	2	32
18	Elaboración y Evaluación de Proyectos Turísticos Sustentables	C	OB	4	64
19	Administración y gestión de recursos humanos	C	OB	2	32
20	Gestión pública del turismo	C	OB	4	64
21	Trabajo Social Comunitario II		TSC	2	32
22	Proyecto Final Tesis: Trabajo de campo y análisis de datos. Conclusión		OB	3	48
	Portugués III			2	32
	Inglés III			2	32

ay  
#  
176

*[Handwritten signature]*



RESOLUCIÓN CS N°

059 / 14

	Total del III cuatrimestre				400
	TOTAL DE HORAS RELOJ DEL C.C.C.				1200

**CONTENIDOS MINIMOS DE LAS MATERIAS.**

**1. Estadística Turística**

Objetivos generales: Proporcionar al estudiante los conceptos básicos en estadística descriptiva que le permitan gestionar y analizar aquellos datos numéricos necesarios para la planificación y toma de decisiones, tanto en el ámbito público como privado. Así también se busca acercar al alumno aquellas estadísticas turísticas disponibles para su conocimiento y aplicación en el ámbito académico y profesional.

Contenidos Mínimos

Conceptos estadísticos elementales. Organización de datos primarios: Matriz de datos. Análisis univariado y multivariado. Exploración de datos. Resumen de datos mediante distribuciones de frecuencias: construcción y análisis de tablas de frecuencias. Descripción gráfica de datos univariados: Histogramas, polígonos, gráficos de tortas, Diagrama de Lorenz, pictogramas. Descripción numérica de datos univariados. Medidas de tendencias central y posición. Medidas de variación y asimetría. Análisis y resumen de datos bivariados: tablas de contingencia. Construcción y análisis de tablas bivariadas.

**2. Metodología de la Investigación**

Objetivos generales: Conocer y usar de aquellas técnicas, métodos, diseños e instrumentos aplicados a los procesos de investigación en el campo del turismo, para poder formular y llevar a cabo proyectos de investigación específicos desde una perspectiva multidisciplinaria e integral.

Contenidos Mínimos

Nociones básicas de epistemología. Aportes cualitativos a la investigación empírica El proceso de Investigación. Etapas fundamentales. El Planteamiento del problema El Trabajo de campo. Variables Unidades de análisis y valores. Universos y muestras. Tipos de diseños de Investigación, procesamiento de los datos.

Handwritten signature and initials in a box.

Large handwritten signature at the bottom of the page.

RESOLUCIÓN CS Nº

059 / 14

**3. Taller Investigación e Innovación turística:**

Objetivos generales: Analizar el objetivo, determinar sus facetas y proyectar sus alcances. Circunscribir un tema de investigación, relevar bibliografía, fuentes documentales, obtener testimonios, seleccionar un testigo privilegiado, realizar una entrevista, elaborar un ensayo crítico con la hipótesis que su destino sea el eje argumental de un producto turístico. Determinar los actores clave en el desarrollo de la actividad turística. Conocer la opinión de la realidad turística del destino desde la perspectiva de los actores involucrados en la actividad. Identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del destino que puedan contribuir a la detección de posibles dificultades y formulación de planes, programas y proyectos que beneficien la actividad.

Contenidos mínimos:

Elaboración de hipótesis Procesamiento de la información. Ponderación y evaluación. Objetivo de la investigación. Tipología. De muestreo, de aplicación, inmediato, a largo plazo, de resultado, complementario. Bibliografía formal e informal. Testigo directo e indirecto. Vivencias propias o heredadas. Ensayo. Objetivo, etapas, resultado. Armado y presentación. Realidad y fantasía. Producto turístico comercialización y principales herramientas para la comunicación del producto. Proyecciones en la Argentina y la región.

**4. Comunicación e Innovación Tecnológica.**

Objetivos generales: Incorporar distintos elementos audiovisuales e informáticos. La incorporación de nuevas tecnologías para ser aplicadas en las presentaciones de nuevos recorridos o en la explicación de circuito, como parte del desarrollo de productos en el ámbito turístico tanto público como privado.

Contenidos mínimos:

Diseño de materiales multimedia. Desarrollo de material multimedia para la asistencia del discurso. Adobe Flash. Páginas web y Blogs. Redes sociales.

5. Optativa I.
6. Optativa II.
7. Trabajo social comunitario





RESOLUCIÓN CS Nº

059 / 14

En el primer año cursada en aula. Introducción al Trabajo Social Comunitario. Contenidos mínimos teóricos metodológicos que buscan activar el pensamiento crítico, situar a los estudiantes en el contexto social, orientarlos a la participación y proporcionarles herramientas básicas para el abordaje territorial comunitario.

#### 8. Planificación Turística

**Objetivos generales:** Adquirir una visión panorámica de la evolución histórica y del estado de situación presente de la Planificación en Turismo. Asimilar los componentes de conocimiento, creatividad, pensamiento, valores y coherencia lógica inherentes a la Planificación en Turismo. Discernir y comprender bases teóricas para desarrollar una planificación turística. Identificar, diferenciar y considerar sistemáticamente los elementos necesarios para la formulación de planes de desarrollo turístico

**Contenidos mínimos** Nociones de Territorio, Espacio y Lugar desde la óptica del turismo. Enfoques y modelos de la planificación turística. Modelos de desarrollo y el desarrollo sustentable. Planificación y gestión del patrimonio local. El papel del Estado en la planificación turística. Comunidades locales y procesos de desarrollo

#### 9. Gestión de la Calidad en turismo.

**Objetivos generales:** Introducir al alumno en temas vinculados a la gestión de la calidad turística, teniendo en cuenta las características particulares de los servicios y la demanda turística. Dar a conocer las políticas turísticas vigentes orientadas a la competitividad y la calidad, como así también las técnicas y herramientas prácticas para la implementación de sistemas de gestión de la calidad en organizaciones públicas y privadas.

**Contenidos Mínimos**

Calidad y competitividad turística: conceptos. Relación entre lo esperado y lo recibido. La no calidad: costos por errores. Calidad operativa y de servicio. La estandarización como herramienta. Calidad, liderazgo y comunicación. El sistema Argentino de Calidad Turística. Programas de Distinción, Certificación. Normas IRAM – SECTUR SIGO – Sistema Inicial de Gestión Organizacional. Programa de Buenas Prácticas en Destinos Turísticos. Directrices.

#### 10. Marketing Turístico

Handwritten initials and a signature box.

Ing. JORGE E. CALZONI

RESOLUCIÓN CS Nº

059 / 14

Objetivos generales: Introducir al alumno en los aspectos fundamentales del marketing orientado a destinos y servicios turísticos, otorgándole herramientas prácticas para la elaboración de estudios de mercado, el desarrollo de productos y servicios turísticos, la definición de estrategias integradas de comunicación y la comercialización dentro de los canales convencionales y no convencionales. De esta manera se pretende dar al alumno una mirada integral del negocio turístico con un alcance tanto teórico como práctico.

Contenidos Mínimos

Concepto del Marketing. Orígenes y evolución. Marketing vs. Ventas. Naturaleza y características de los Servicios. Marketing y el turismo. Enfoque global del marketing turístico. Relación Mercado – Producto. El destino turístico como producto, ciclo de vida.

**11. Administración y Gestión de Empresas de Viajes y Turismo**

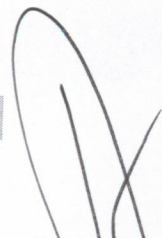
Objetivos generales: Organizar, administrar y gestionar servicios de empresas del sector turístico. Planificar, programar, promover y vender paquetes y servicios turísticos. Conocer la documentación necesaria para la gestión de viajes, relacionándolos con las prestaciones de servicio. Dominar aspectos relacionados con la facturación, tributación impositiva y regulaciones específicas de la actividad turística. Seleccionar los métodos y recursos más apropiados en la interacción de diferentes áreas de una Agencia de viajes y/o Operadoras.

Contenidos Mínimos:

Introducción al concepto de servicios turísticos y Producto Turístico. El servicio y la participación del cliente. Terminología turística, glosario, publicaciones en turismo y eventos turísticos. Códigos y terminologías más usadas en el sector turístico. Eventos Turísticos. Tipos. El rol de las agencias de viajes. Operadores nacionales, regionales e internacionales Administración de empresas de viajes en turismo. Concepto de empresas turísticas. Análisis de empresas por tipo de mercado. Facturación y documentación. Régimen impositivo aplicado al turismo Tipos de documentos fiscales utilizados. Funciones y responsabilidades del agente de viajes en la actualidad y su futuro profesional.

**12. Obligaciones y Contratos Turísticos**

Objetivos generales: Que el alumno adquiera los conocimientos esenciales relacionados con las obligaciones y contratos turísticos. Comprenda y analice las nociones jurídicas



RESOLUCIÓN CS Nº

059 / 14

más importantes de aplicación en el ámbito turístico. Adquiera las habilidades jurídicas indispensables para operar y asesorar en el mundo de las operaciones turísticas, tanto internas como internacionales. Identifique las situaciones potenciales conflictivas en el desarrollo de la negociación por medios electrónicos. Adquiera conocimientos básicos sobre las técnicas fundamentales de resolución de controversias en materia de contratación turística.

Contenidos mínimos: Obligaciones. Concepto. Elementos. Fuentes. Clasificación. Efectos. Extinción. Derechos y obligaciones de las partes. Contrato Internacional. Autonomía de la voluntad. Ley aplicable. Relaciones interempresariales, tipología de contratos en el ámbito turístico nacional e internacional. Contrato de viaje y derecho de consumidor. La contratación turística por medios electrónicos. Comercio electrónico y sus diferentes concepciones. Clasificación de las relaciones contractuales. Las normas aplicables en el e-commerce nacionales e internacionales. Responsabilidad extracontractual y el derecho del turismo nacional e internacional.

**13. Optativa III**

**14. Optativa IV**

**15. Proyecto final tesina. Construcción del marco teórico**

**16. Organización y gestión de destinos turísticos**

Objetivos generales: Brindar conceptos y elementos claves para una planificación público privada del destino que conduzca hacia una gestión local eficiente, efectiva y dotada de verdadera capacidad competitiva, a la vez compatible con la normal escasez de recursos económico-financieros y la probable falta de personal ya entrenado para este menester, dentro de mercados altamente competitivos.

Contenidos mínimos: El turismo como un sistema de flujos, La territorialidad de la actividad turística. El espacio turístico continuo. Visión integradora. El espacio municipal como parte del espacio turístico. La política como construcción social y participativa. Modelos de diseño. El habitante, principal destinatario y responsable. Sustentabilidad económica, social, ambiental y política. Identidad y pertenencia para la sustentabilidad. La gestión de la oferta. La gestión de la demanda.



RESOLUCIÓN CS N°

059 / 14

**17. Optativa V**

**18. Elaboración y Evaluación de Proyectos turísticos sustentables**

Objetivos Generales: Introducir al alumno en la complejidad de la planificación turística fuertemente asociada a la gestión territorial y empresarial, como una forma de: consolidar la posibilidad de un desempeño holístico a través de la adquisición de saberes destrezas complementarios y transversales. Generar actitudes y capacidades para los emprendedores en la actividad turística

Contenidos Mínimos

Aspectos específicos de la economía del turismo: Era artesanal, era fordiana y nueva era en turismo. Turismo sustentable y oportunidad -como factor del desarrollo endógeno. Aspectos de la sustentabilidad en turismo: sustentabilidad ambiental, sustentabilidad socio-cultural y sustentabilidad económica. Turismo y territorio Turismo y creación de empresa. Empresa turística y asociatividad multinivel en turismo Marcas territoriales y su capitalización. Gestión integral y gestión de proyectos empresariales. Facilitación territorial. Turismo y Proyecto de Inversión. Formulación de Proyectos Turísticos. Evaluación ex - ante, ex - post y seguimiento de proyectos de inversión turística

**19. Administración y gestión de recursos humanos**

Objetivos generales: Lograr que los alumnos incorporen conocimientos sobre el manejo de todas las herramientas utilizadas en recursos humanos. Transferir una filosofía de manejo de los distintos temas técnicos, inclusive el concepto de servicio al cliente interno y externo, con una permanente preocupación por los intereses de las partes involucradas. Brindar un enfoque global: selección, capacitación, evaluación. Abordar y conocer los principios básicos del derecho del trabajo y la jurisprudencia que regula las relaciones jurídicas entre los empleadores y empleados en el marco de la actividad turística.

Contenidos mínimos: Introducción al estudio de los Recursos Humanos. Administración de los Recursos Humanos. Recursos Humanos estratégicos. Indicadores de gestión de los recursos humanos. La gestión por competencias: introducción. Definición y clasificación de competencias. Pasos para implementar un sistema de gestión por competencias. Esquema global por competencias laborales. El mercado de trabajo y los recursos humanos. Concepto



RESOLUCIÓN CS N°

059 / 14

de empleabilidad. Principios del derecho individual y colectivo en materia laboral. Contrato y relación de trabajo. Fuentes de regulación del derecho del trabajo en la actividad turística.

#### 20. Gestión pública del turismo

Objetivos generales: Incorporar conocimientos teóricos, técnicos y prácticos sobre la gestión y administración de las organizaciones públicas del turismo. Conocer la misión de las administraciones públicas y otras estructuras político-administrativas que gestionan el turismo a nivel internacional, nacional, regional y provincial-local. Identificar los objetivos, la estrategia y los instrumentos públicos de la política turística, los planes públicos, el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 y su actualización 2020 de Argentina. Comprender una política pública y la cooperación que se establece con el sector privado del turismo.

Contenidos Mínimos: La Misión de la Administración Pública. Órganos de política turística. Estructura de la Administración de Turismo. Gestión pública de los servicios públicos y servicios indirectos necesarios para el turismo. Marco normativo del turismo. Instrumentos de política turística. Administraciones provinciales de turismo. Promoción y Marketing de la actividad turística Desarrollo Turístico. Calidad y Seguridad Turística. Política Turística Argentina (Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016 y su actualización 2020)

#### 21. Trabajo Social Comunitario II

Durante el segundo año se realizan prácticas territoriales en el marco de los proyectos presentados por docentes y convenios institucionales promocionados desde la Secretaría de Extensión. Es una etapa de sensibilización en campo y una primera experiencia de aprendizaje acción.

#### 22. Proyecto final tesina: Trabajo de campo y análisis de datos. Conclusiones

Materias Optativas

Turismo Rural

RESOLUCIÓN CS Nº

059 / 14

Objetivos generales: Proporcionar al alumno un amplio panorama sobre el turismo que se desarrolla en los espacios rurales, su evolución en el tiempo y las características específicas que adopta en los países referentes del producto. Para ello se considerará su impacto social, económico y territorial, los elementos que componen su oferta y las motivaciones específicas de su demanda.

Contenidos Mínimos

La dinámica del espacio rural. Concepto de turismo rural. Oferta básica y complementaria. Que se debe tener en cuenta: atractivo, aptitud, disponibilidad. La capacidad de carga o de acogida del espacio La actividad turística y el objetivo de la sostenibilidad. Concepto. Los tres pilares de la sostenibilidad. El desarrollo de las capacidades locales y su influencia en el turismo rural. Matriz de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades a nivel local y en relación con la actividad turística. Proyecciones del producto en la Argentina y la región.

**Turismo Social**

Objetivos generales: Introducir al alumno en aquellas características particulares del turismo social como modalidad turístico recreativa, conocer los recursos que la componen y la oferta básica y complementaria en la que se apoya. También busca analizar las características y evolución de su demanda, como los productos y servicios específicos a considerar para el caso.

Contenidos Mínimos

Historia y conceptualización del turismo social. Legislación vigente. Características de la oferta básica y complementaria. Perfil de la demanda y principales mercados. Canales de comercialización y principales herramientas para la comunicación del producto. Proyecciones en la Argentina y la región.

**Diseño de productos turísticos potenciales e innovadores**

Objetivos generales: Dominar las diferentes técnicas y metodologías de relevamiento turístico. Reconocer la importancia de estas como insumo para la unidad de producción Destino Turístico. Idear nuevos productos turísticos. Conocer técnicas de innovación aplicables

Contenidos mínimos: Enfoque metodológico de la clasificación de los diferentes elementos constitutivos de la oferta y la demanda, que se utilizan en el medio turístico. Relevamientos,



RESOLUCIÓN CS Nº

059 / 14

tipos, inventarios, etapa de diagnóstico. Identificación, evaluación de atractivos turísticos. Identificación y análisis de propuestas innovadoras en turismo

**Turismo Accesible**

Objetivos generales: Introducir al alumno en aquellas barreras psicológicas, culturales, arquitectónicas, urbanísticas, de comunicación e información, que afectan a la correcta prestación de los servicios turísticos, y abordar las herramientas de gestión adecuadas para el desarrollo de un turismo accesible, acorde a las necesidades de su demanda.

Contenidos mínimos:

Concepto de accesibilidad. Tipos de barreras que impiden la accesibilidad a un recurso / destino. Aspectos a considerar para el desarrollo del turismo accesible. Características de la oferta básica y asociada. Perfil de la demanda. Actores involucrados. Aspectos vinculados a la seguridad y gestión de la calidad. Principales mercados. Canales de comercialización y comunicación. Proyecciones del producto en la Argentina y la región.


**Informática Sistema GIS y Sistema integrado GUIDEMAPS**

Objetivos Generales: Obtener las habilidades técnicas para el manejo y utilización de un sistema informático que permita la realización de relevamiento, la compilación y combinación de la información multidisciplinaria que permitan crear una visión más amplia desde lo teórico y lo práctico.

Contenidos Mínimos: Power Point / Videos/ Realización de Cuadros e Infografías. Herramientas para composición de mapas. Selección de datos externos, compilación de plantillas de información. Manejo de sistema GIS. Herramientas de mapeo. Herramientas de construcción de volúmenes. Dibujos 3D. Combinación de técnicas. Plantas urbanas y datos demográficos

**Turismo Cultural**

Objetivos generales: Interpretar, reconocer y conceptuar el patrimonio cultural, su uso e importancia en la comunidad. Su rol desde el punto de vista social, político y económico y la importancia de su preservación. Analizar la conformación del recurso cultural y su potencial incidencia en la construcción de los rasgos de identidad. Dimensionar la importancia de los



RESOLUCIÓN CS Nº

059 / 14

recursos culturales desde su doble vertiente, lo material o tangible y lo inmaterial o intangible. Analizar los principales modelos y experiencias en relación a la Política Cultural, atendiendo a casos específicos en Argentina. Analizar las principales legislaciones a nivel nacional, provincial y municipal referida a política cultural. Interpretar la Tutela del recurso cultural como un proceso integrado de acciones sobre los bienes patrimoniales, abarcando consideraciones jurídicas, administrativas, de divulgación, recreativas, etc.

Contenidos mínimos: Conceptos de patrimonio cultural: tangible e intangible, definiciones, antecedentes, tendencias. La gestión social del patrimonio. Los actores y sectores intervinientes. Los patrocinantes y las formas de apoyo. El rol de los gobiernos. El sector privado. Fundamentos teóricos de los Modelos y experiencias de política cultural en Argentina. Concepto de Tutela de los bienes patrimoniales. Legislación nacional, provincial y municipal. Inserción de proyectos en el marco de la legislación vigente.

**Circuitos e Impacto Ambiental:**

Objetivos generales: Proporcionar los conocimientos de los procedimientos técnicos-administrativos que sirven para identificar, medir y evaluar los efectos del impacto ambiental de un circuito.

Analizar en determinados circuitos turísticos tradicionales cual es el efecto que dicha actividad tiene en el ambiente

Generar una mirada crítica que permita recomendar sobre los cambios necesarios.

Contenidos mínimos:

Procedimientos técnico administrativos de evaluación. Contaminación visual. Auditiva. Capacidad de carga. Tipos y análisis. Responsabilidad ambiental.

Handwritten mark in a box, possibly initials or a signature, with the letters "NE" written below it.

Ing. JORGE F. CALZONI  
DIRECTOR  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE AVELLANEDA