

SAN SALVADOR DE JUJUY, 11 de noviembre de 2015

VISTO el Expediente F-10.226/2015, mediante el cual la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, solicita la creación de las carreras de **“TECNICATURA UNIVERSITARIA EN TURISMO y LICENCIATURA EN TURISMO”**, y

CONSIDERANDO:

Que la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy consciente del posicionamiento estatal que redundará en el crecimiento del sector turístico en la Provincia de Jujuy y en la región, generó esta carrera de grado, con un título intermedio de pregrado, en turismo como respuesta de la Universidad Pública al desafío que proponen las políticas públicas de turismo en el país.

Que la LICENCIATURA EN TURISMO ofrece una visión innovadora, conocimientos y habilidades en el sector turístico, para desempeñarse en las diferentes empresas turísticas en funciones tales como comercialización, planificación, relaciones públicas, promoción, conducción y creación de agencias de viajes, hotelería, transporte y esparcimiento. En consecuencia el Plan de Estudios de la LICENCIATURA EN TURISMO está diseñado según las actuales tendencias mundiales, para la formación de profesionales sólidamente instrumentados para integrarse al mundo del turismo y de la investigación en el área. Por lo cual la carrera integra diferentes enfoques y perspectivas teóricas actuales con prácticas y pasantías y trabajos de investigación en emprendimientos turísticos. La carrera contempla la formación técnica mediante el título intermedio TÉCNICO UNIVERSITARIO EN TURISMO, diseñada desde una perspectiva profesionalizante de la formación. Por ser el turismo uno de los principales aspectos de desarrollo socioeconómico en Argentina, tanto la carrera de grado como la de pregrado habilita a sus graduados para planificar, desarrollar y gestionar de modo responsable, sostenible y de calidad áreas de su incumbencia.

Que a fs. 25/53 de autos el Consejo Académico de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales por Resolución F.H.C.A. Nº 576/15 de fecha 11 de setiembre de 2015 propone al Consejo Superior la aprobación de la creación de las Carreras de TECNICATURA UNIVERSITARIA EN TURISMO y LICENCIATURA EN TURISMO en el ámbito de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, la consecuente aprobación del PLAN DE ESTUDIOS que figura en el ANEXO UNICO de la misma.

Que a fs. 54 de autos la Coordinadora General de Asuntos Académicos manifiesta que *“... Después de un análisis del proyecto de creación de las carreras Licenciatura en Turismo y Tecnicatura Universitaria en Turismo presentado por la FHyCS – UNJu, se observa que el documento cumple con los requisitos técnicos y normativos fijados para su aprobación, por lo cual se recomienda su aprobación e implementación”*. NOTA de fecha 04.11.15.

Que a fs. 54 vta. de autos, Secretaría de Asuntos Académicos ha emitido dictamen favorable al respecto. PASE. SAA. 04.11.15.

Que a fs. 55/58 de autos la Comisión de Asuntos Académicos aconseja: 1º.- Aprobar la creación de la Carrera de grado “LICENCIATURA EN TURISMO” y de pregrado “TECNICATURA UNIVERSITARIA EN TURISMO” en el ámbito de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy y que figura a fs. 25/53 de autos. 2º.- Aprobar el PLAN DE ESTUDIOS de la Carrera de grado “LICENCIATURA EN TURISMO y de pregrado TECNICATURA UNIVERSITARIA EN TURISMO de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy y que figura como ANEXO UNICO. 3º. Disponer que a través de Rectorado se realicen los trámites pertinentes ante el Ministerio de Educación de la Nación a los

efectos de gestionar el reconocimiento oficial y la Validez Nacional del Título de grado “*LICENCIADO EN TURISMO*” y de pregrado “*TECNICO UNIVERSITARIO EN TURISMO*”. DICTAMEN C.A.A. Nº 0141/2015.

Que en la Sesión Ordinaria realizada en el día de la fecha, este Cuerpo Colegiado trata y aprueba el dictamen antes mencionado por unanimidad de los miembros presentes.

Por ello y en ejercicio de las atribuciones que le son propias,

**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE JUJUY
RESUELVE**

ARTICULO 1º: Apruébase la creación de las Carreras de grado “**LICENCIATURA EN TURISMO**” y de pregrado “**TECNICATURA UNIVERSITARIA EN TURISMO**” en el ámbito de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy, por los motivos expuestos precedentemente.

ARTICULO 2º.- Apruébase el **PLAN DE ESTUDIOS** de la Carrera de grado “**LICENCIATURA EN TURISMO**” y de pregrado “**TECNICATURA UNIVERSITARIA EN TURISMO**” de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy y que figura como ANEXO UNICO.

ARTICULO 3º. Disponer que a través de Rectorado se realicen los trámites pertinentes ante el Ministerio de Educación de la Nación a los efectos de gestionar el reconocimiento oficial y la Validez Nacional del Título de grado “**LICENCIADO EN TURISMO**” y de pregrado “**TECNICO UNIVERSITARIO EN TURISMO**”.

ARTICULO 4º: Regístrese. Comuníquese a las Áreas de Competencia. Cumplido ARCHIVESE.

Tcb

ANEXO UNICO

IDENTIFICACIÓN DE LAS CARRERAS

Nombre de la Carrera: Licenciatura en Turismo.

Tipo de Carrera: Grado

Duración de la carrera: 4 años- 8 cuatrimestres

Título: Licenciado en Turismo

Carácter: Permanente

Nombre de la carrera: Tecnicatura Universitaria en Turismo

Título: Técnico Universitario en Turismo

Tipo de Carrera: Pregrado

Duración de la Carrera: 3 años - 6 cuatrimestres

Carácter: Permanente

Unidad Académica: Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy.

FUNDAMENTACIÓN

Los presupuestos que subyacen a las carreras, Licenciado en Turismo y Técnico Universitario en Turismo, remiten a considerar que la Organización Mundial de Turismo, durante su Conferencia Internacional de Estadísticas de Turismo y Viajes, (1991), revisó y actualizó sus conceptos estableciendo que “el turismo comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual durante no más de un año consecutivo con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros”. Esta definición fue adoptada por la Comisión Estadística de las Naciones Unidas el 4 de marzo de 1993 y se utiliza para definir y clasificar las actividades turísticas internas e internacionales.

En la presente década la Organización Mundial del Turismo elaboró proyecciones que indican que para el año 2030 llegaran 1.800 millones de turistas internacionales, ello implica que aproximadamente 5 millones de personas cruzarán diariamente las fronteras internacionales por diversos motivos. Ese crecimiento de flujo turístico exige el desarrollo del sector y por sobre todo el aumento del nivel de calidad en la prestación de los servicios. Estos servicios, requieren recursos humanos con sólida y actualizada formación universitaria. En ese contexto se considera que el turismo es un fenómeno cuya esencia está relacionada con el concepto de espacio, que no solo expresa aspectos fundamentales del fenómeno turístico, sino que encuentran explicación, en los modelos teóricos con enfoque espacial cuyos principales elementos constitutivos son por ejemplo origen y destino. Buena parte de los modelos teóricos con enfoque espacial concentran su atención en la relación existente entre esas dos unidades geográficas.

Las previsiones de la Organización Mundial del Turismo cifran el crecimiento del sector, en los próximos años en una cifra cercana a los 250 millones de turistas, cuya distribución va a ser capital en la virtualidad del turismo como factor de desarrollo socioeconómico. En realidad, se pueden contemplar tres escenarios posibles para esta distribución:

- La hiperstauración de los destinos turísticos tradicionales.
- La creación de nuevos desarrollos de corte extractivo en polos y centros de preferente implantación de la industria turística.
- La distribución entre destinos emergentes de zonas poco desarrolladas con planificaciones sostenibles en base a los activos culturales y naturales

No obstante esta realidad, el campo del turismo convoca a investigación y posicionamiento constante de sus teóricos, quienes a través de modelos teóricos, ya sean espaciales, estructurales o críticos, contribuyen significativamente a la comprensión del fenómeno turístico. Las teorías que abordan el fenómeno turístico consideran, como componentes de ese campo, que las localidades pueden emitir y recibir turistas al mismo tiempo y analizan la relación entre el volumen de turistas en cada sentido.

Mientras que desde el modelo estructural del turismo que representa Pearce (2003), se propone un modelo espacial de turismo que se centra especialmente en la descripción de los tipos de flujos turísticos. En el centro de su análisis ubica una ciudad con distintos tipos de flujos posibles; tal conjunto de posibilidades depende de la demanda de turistas. Se describen tres demandas: de residentes, de turistas domésticos y de turistas internacionales.

Por otra parte Castañeda, A. y Otros abordan los aportes actuales de la Teoría Crítica en Turismo en un artículo denominado Teoría Crítica y Turismo. Publicado por la Revista Hospitalidade, de São Paulo, en el año 2013. Los autores sostienen que “Se ha evidenciado que los estudios del turismo en la actualidad han logrado cierta madurez científica, y eso se ha alcanzado gracias a la construcción de objetos “serios” no descriptivos que hablan en cierto modo de una “emancipación” de la economía y la sociología por ejemplo, sin embargo la crítica no se conforma con determinados objetivos, es más bien una “espiral” que no tiene fin, y que para el turismo representa o debe representar la crítica continua, siendo así un proyecto de transformación y cambio”...Señalan además que “Sólo estando inmerso en un ambiente se puede hacer crítica según R. Rorty (1991) y M. Walzer (1993); por eso que como estudiosos del turismo, es decir, formados académicamente en él, nos atrevemos a argumentar que el turismo como objeto de estudio tiene ya un carácter científico y como producto del esfuerzo de investigadores alrededor del mundo se está superando el paradigma positivista por uno reflexivo e interpretativo”.

En consecuencia el fenómeno del turismo es estudiado hoy desde un enfoque multidisciplinar, que está conformado por nuevas tendencias que analizan nuevos espacios de interacción social y cultural. Asimismo estos enfoques muestran que el turismo aparece indisoluble de la cultura y, en todo caso, no se entendería la misma génesis del turismo sin implicaciones culturales significativas.

Desde una perspectiva crítica en Latinoamérica se sostiene la necesidad de relacionar el Turismo con el descenso de los niveles de pobreza en la región; esa tendencia atraviesa las resoluciones de la Organización Mundial del Turismo, que definió, en el 2002, como turismo sostenible "...aquél que atiende las necesidades de los turistas de hoy y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege y amplía las oportunidades para el futuro. Se percibe como el marco

principal para la gestión de todos los recursos, de tal forma que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas, sin detrimento de la integridad de la cultura, de los procesos ecológicos esenciales, de la diversidad biológica y de los sistemas que preservan el mantenimiento de la vida". Y recomienda prestar especial atención a una serie de factores - clave, que determinan el marco en que la actividad turística se produce y sus consecuencias sobre los destinos:

- Las políticas de gestión turística que tienden a concentrar los ingresos del turismo, que son, posteriormente, transferidos a potentes centros exportadores que suministran al destino turístico. Mientras éste sufre los mayores impactos sociales, culturales y medioambientales, recibe a cambio la parte menor del total de los ingresos.
- La naturaleza de las relaciones entre la actividad turística y el destino, que tienen generalmente un carácter extractivo, deben pasar a ser contempladas en el espacio de la sostenibilidad, de manera que la actividad turística se perpetúe con el enriquecimiento social y cultural del destino.
- El protagonismo de la actividad turística recae habitualmente en el turista, cuya satisfacción es el fin último de todo el proceso. Se impone un cambio substancial hacia un nuevo paradigma en el que la actividad turística pase a ser un medio cuya finalidad es el desarrollo socioeconómico y la preservación del medio ambiente del destino, de manera que el protagonismo de la actividad turística pase a los participantes en toda la cadena productiva, básicamente la población local.
- Los indicadores que miden el éxito o fracaso del desarrollo turístico se sustentan generalmente en datos sobre el crecimiento del PIB, el número de visitantes, de hoteles, los índices de ocupación de los alojamientos, etc. Una nueva visión daría prioridad a indicadores que dieran medida de las posibilidades de continuidad del destino, la preservación y mejora de su patrimonio natural y cultural, los beneficios socioeconómicos para la población del destino, la distribución de renta entre sus distintos segmentos sociales y, con especial relevancia, las oportunidades creadas para la superación de la pobreza.
- Cualquier actividad turística es susceptible de convertirse en motor de desarrollo socioeconómico y de alivio de la pobreza. Tan importante es crear nuevas oportunidades, como integrar, en la realidad turística global existente, nuevas políticas que faciliten el alivio de la pobreza.

Estos aspectos provienen del contenido e intención de la CARTA DEL TURISMO SOSTENIBLE. CONFERENCIA MUNDIAL DE TURISMO SOSTENIBLE. Realizada en Lanzarote, Islas Canarias, España, en Abril de 1995. Cuando expresa que:

“... Reconociendo que el turismo es una actividad ambivalente, dado que puede aportar grandes ventajas en el ámbito socioeconómico y cultural, mientras que al mismo tiempo contribuye a la degradación medioambiental y a la pérdida de la identidad local, por lo que debe ser abordado desde una perspectiva global”.

“...Reconociendo que el turismo, como posibilidad de viajar y conocer otras culturas, puede promover el acercamiento y la paz entre los pueblos, creando una conciencia respetuosa sobre la diversidad de modos de vida”.

La Conferencia conviene en adoptar 18 principios y objetivos de esta Declaración, consignando como primero de ellos:

- El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales.

Mientras que el número 13 señala:

- Los gobiernos, la industria turística, las autoridades y las ONGs responsables del turismo deberán impulsar y participar en la creación de redes abiertas de investigación, difusión, información y transferencia de conocimientos en materia de turismo y tecnologías turísticas ambientalmente sostenibles.

Esos fundamentos y presupuestos acerca del Turismo se vinculan con concepciones que sostiene la necesidad de interrelacionar gestión cultural y gestión turística; ya que se puede reconocer que, el turismo es considerado una experiencia cultural y, por tanto, existe un primer grado de dependencia entre gestión cultural y gestión turística, que obliga a situarlos en distintos niveles; debido a la base organizativa en la que se asienta cada uno de los ámbitos porque la gestión cultural está mayoritariamente relacionada con la administración pública, y la gestión turística con el sector privado.

Respecto de los recursos humanos implicados en cada dimensión de la relación, se observa que la gestión cultural está dominada por el mundo académico, mientras que los profesionales de la gestión turística están definitivamente inmersos en el mundo de la gestión económica y mercadológica. En esta nueva perspectiva juega un rol fundamental la administración pública de países en vías de desarrollo, a quienes les corresponde el establecimiento de Políticas de Turismo y leyes que regulen la actividad turística emergente en sus territorios.

Asimismo la UNESCO se propone acompañar a sus 191 Estados Miembros en la formulación de sus políticas, replanteando la relación entre turismo y diversidad cultural, entre turismo y diálogo intercultural, y entre turismo y desarrollo. De este modo piensa contribuir a la lucha contra la pobreza, a la defensa del medio ambiente y a un aprecio mutuo de las culturas".

Esos principios son compartidos por el estado argentino a través de la Ley N°25.997, **Sancionada: Diciembre 16 de 2004 y Promulgada: Enero 5 de 2005, señala:**

"...La presente Ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción y la regulación de la actividad turística y del recurso turismo mediante la determinación de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad".

Dentro de las Políticas de desarrollo turístico de Argentina el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable para 2016 señala "en cuanto a los objetivos y propuestas de la Política Nacional de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, conducen a la política turística a plantear cuatro premisas de partida: la consolidación institucional del turismo, la sustentabilidad, el desarrollo equilibrado del espacio turístico nacional y la implantación de un sistema de incentivos y estímulos para el desarrollo turístico regional".

"...El modelo turístico adoptado para Argentina se inspira entonces en las necesidades reales de los actores del Turismo y en los valores fundamentales que intentan ser recuperados por la sociedad argentina. En este marco se establecen y planifican áreas prioritarias de desarrollo turístico. Se trata de espacios geográficos o de agrupación de intereses sobre los que se interviene con un proceso de planificación para promover la evolución turística y mejorar las condiciones de competitividad".

El Plan fija en el PROGRAMA 7.1.3 - Mejora de la calidad en las Instituciones de Formación y en el Empleo Turístico

- 7.1.3.1 Proceso de normalización y certificación de competencias.
- 7.1.3.2 Sistema Federal de Becas e Incentivos para la investigación.
- 7.1.3.3 Fortalecimiento de la calidad de gestión de las Instituciones de Formación Profesional para el turismo.

Y determina acciones para:

- Incentivar los procesos de mejora continua de la calidad institucional y de las calificaciones. Contribuir al incremento de especialistas y profesionales.
- Utilizar los aportes de los estándares nacionales y/o internacionales (Normas ISO, IRAM, Premio Nacional a la Calidad, etc.) para fortalecer la calidad de gestión de las Instituciones de Formación Profesional para el turismo.
- Trabajar en cooperación interministerial para el fortalecimiento y mejora de la calidad en las Instituciones de Formación Profesional. - Instrumentar calificaciones demandadas a los trabajadores del sector turístico.

En consecuencia la Facultad Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Jujuy, consciente de que, este posicionamiento estatal, redundará en el crecimiento del sector Turístico en la Provincia de Jujuy y en la región, genera una carrera de grado y un título intermedio de pregrado, en Turismo, como respuesta de la Universidad Pública al desafío que proponen las políticas públicas de Turismo en el país.

La Licenciatura en Turismo ofrece una visión innovadora conocimientos y habilidades en el sector turístico, para desempeñarse en las diferentes empresas turísticas en funciones tales como comercialización, planificación, relaciones públicas, promoción, conducción y creación de agencias de viajes, hotelería, transporte y esparcimiento. En consecuencia el plan de estudios de la Licenciatura en Turismo está diseñado según las actuales tendencias mundiales, para la formación

de profesionales sólidamente instrumentados para integrarse al mundo del turismo y de la investigación en el área. Por lo cual la carrera integra diferentes enfoques y perspectivas teóricas actuales con prácticas y pasantías y trabajos de investigación en emprendimientos turísticos. La carrera contempla la formación técnica mediante el título intermedio de Técnico Universitario en Turismo, diseñado desde una perspectiva profesionalizante de la formación. Por ser el turismo uno de los principales aspectos de desarrollo socioeconómico en Argentina, tanto la carrera de grado como la de pregrado habilita a sus graduados para planificar, desarrollar y gestionar de modo responsable, sostenible y de calidad áreas de su incumbencia.

OBJETIVOS DE LA CARRERA: LICENCIATURA EN TURISMO

Objetivos Generales:

La carrera ha sido diseñada para:

- Formar profesionales con conocimientos científicos y técnicos actualizados, para desempeñarse en investigación, planificación y evaluación de proyectos turísticos, diseño, administración y gestión de emprendimientos turísticos, desde el análisis de las repercusiones sociales y económicas del turismo, en contextos sustentables.
- Formar profesionales capaces de generar y participar en procesos de la transformación del entorno, atendiendo a la preservación del ambiente y del patrimonio cultural de la comunidad.

Objetivos Específicos:

- Desarrollar capacidades críticas, reflexivas y propositivas que favorezcan el desarrollo del turismo en los ámbitos público, privado y social.
- Desarrollar conocimientos acerca del patrimonio y las empresas turísticas con la finalidad de optimizar la gestión del turismo a través de la reflexión, crítica y toma de decisiones teórica y técnicamente fundadas.
- Promover el análisis crítico del marco político-social en el cual se inserta su campo de acción profesional.

Perfil Profesional

El Licenciado en Turismo es un profesional universitario académica y técnicamente capacitado para desempeñarse en todos los aspectos y sectores que conforman el campo turístico. Desplegará su actividad profesional en áreas del Planeamiento Turístico, en sectores públicos o privados. Está habilitado para participar en el diseño e implementación de políticas turísticas, en la formulación y evaluación de proyectos, en diseño e implementación de campañas de comercialización de productos turísticos, en proyectos de investigación en turismo y en el reconocimiento y puesta en valor del patrimonio en los diferentes destinos turísticos. Es un profesional formado para diseñar circuitos turísticos y desempeñarse desarrollando funciones de organización, gerenciamiento y

administración de empresas de servicios turísticos, como así también en la difusión y comercialización de sus productos, priorizando la preservación del ambiente y del patrimonio cultural de la comunidad.

Incumbencias del título

El Licenciado en Turismo está habilitado para:

- Planificar estratégicamente mediante el diseño y la evaluación de planes, programas y proyectos a nivel estatal y/o privado, a nivel local, regional y nacional.
- Realizar estudios e investigaciones en el área del turismo, para favorecer el turismo sustentable.
- Asesorar a organismos públicos y/o empresas en el diseño, implementación y evaluación de proyectos de inversión e investigación para la determinación de nuevos productos turísticos.
- Asesorar en la elaboración de políticas y normativas para el uso y preservación de los recursos turísticos actuales y potenciales y del patrimonio cultural de los diferentes destinos.
- Integrar equipos interdisciplinarios y multidisciplinarios como asesor en la formulación, gestión y evaluación de políticas de turismo, planes integrales de desarrollo turístico, programas y proyectos vinculados al sector.
- Administrar y gestionar organizaciones de servicios turísticos, públicas y / o empresas.
- Diseñar, instrumentar y gestionar productos y programas de promoción turística, que satisfagan las necesidades del mercado nacional e internacional.

Inserción y campo laboral

La formación profesional del Licenciado/a en Turismo le permite un amplio espectro de inserción laboral, pudiendo desempeñarse en el sector público y/o privado, como en emprendimientos comunitarios. Podrá insertarse laboralmente en Agencias de viajes, Líneas aéreas, Corporaciones para la promoción de turismo. Mercadeo de bienes y servicios turísticos. Museos. Empresas, Oficinas estatales de turismo, entre otras.

OBJETIVOS DE LA CARRERA TECNICATURA UNIVERSITARIA EN TURISMO

Objetivos Generales:

La carrera ha sido diseñada para:

- Formar Técnicos Universitarios en base a procesos e instrumentos tecnológicos y abordajes teóricos actualizados acerca del turismo en la actualidad, con énfasis en el turismo sustentable y el desarrollo local.

- Formar Técnicos Universitarios con capacidades técnicas para relevar y producir información turística, diagramar circuitos turísticos y, colaborar en la gestión de servicios turísticos en organismos públicos y empresas del sector.

Objetivos Específicos

- Desarrollar conocimientos y procedimientos para la gestión en las áreas operativas del turismo y para la prestación de servicios turísticos.
- Desarrollar estrategias para la administración de servicios y equipamientos turísticos preservando el patrimonio natural y cultural de la región implicada.
- Promover el análisis crítico del marco social y cultural en el cual se inserta su campo de acción profesional.

Perfil Profesional

El Técnico Universitario en Turismo es un profesional universitario académica y técnicamente capacitado para desempeñarse en todos los aspectos y sectores que conforman el campo turístico. Está formado para desempeñarse en la gestión, organización, asignación de recursos y supervisión de los diferentes sectores de una empresa de turismo. Además puede desempeñarse en la Organización y control de la producción eficiente de servicios, así como el desarrollo de productos turísticos, en el marco del turismo sustentable. Está capacitado para seleccionar y operar los distintos sistemas de reservas, dando cumplimiento a las disposiciones legales referidas al turismo y el cuidado de los recursos naturales y culturales. Además de relacionar los diferentes componentes del sistema turístico e interpretar las políticas del lugar en que se encuentra la empresa. Tiene formación para implementar estrategias de manejo de contingentes y grupos de turistas preservando el bienestar de los pasajeros. Organiza actividades recreativas, eventos, congresos, coordina las excursiones y actividades recreacionales.

Incumbencias del Título

El Técnico Universitario en Turismo está habilitado para:

- Colaborar en actividades de diseño, programación y promoción de servicios turísticos.
- Colaborar en la planificación, diseño e implementación de productos turísticos
- Colaborar en la gestión de servicios en diferentes sectores turísticos
- Colaborar en la implementación de acciones integradas de desarrollo turístico, en el marco del turismo sustentable
- Desempeñarse en puestos de coordinación, dirección y / o ejecución de tareas en diferentes organizaciones del sector turístico; parques temáticos, centros históricos y culturales.
- Diseñar circuitos turísticos, acordes a los modelos productivos y de desarrollo local y de la región.
- Participar en proyectos de investigación turística
- Desempeñarse en Empresas de servicios turísticos en instituciones empresariales y gubernamentales que generen servicios turísticos a nivel regional, nacional e internacional.

Inserción y campo laboral

La formación profesional del Técnico/a Universitario/a en Turismo le permite una amplio espectro de inserción laboral, pudiendo desempeñarse en el sector público y/o privado, como en emprendimientos comunitarios. Especialmente en Agencias de viajes, Operadores Turísticos, Establecimientos de hospedaje, Parques temáticos, Centros históricos y culturales ocupando cargos de gestión y de organización.

Centros académicos, en actividades de estudio e investigación referida la industria del turismo y la hospitalidad en general. Desempeñarse en forma independiente, asesorando, investigando y elaborando proyectos de promoción, difusión y desarrollo turístico. Como consultor o empresario, asesorando organizaciones relacionadas al sector turístico. Diseñar circuitos turísticos.

Plan de estudios

Listado de Materias

1	Inglés Turístico 1
2	Geografía de Recursos Turísticos con énfasis en el territorio jujeño
3	Introducción al Turismo
4	Principios de administración y Contabilidad
5	Procesos históricos Argentinos y Jujeños
6	Antropología y Turismo
7	Arte y Arquitectura Colonial
8	Inglés Turístico 2
9	Productos turísticos y atractivos turísticos de la Región
10	Gestión del Patrimonio
11	Agencias de Viajes
12	Formulación y financiamiento de proyectos turísticos
13	Informática aplicada al Turismo
14	Planificación estratégica de destinos turísticos
15	Organización y operación de empresas turísticas
16	Inglés Turístico 3
17	Teoría y Técnicas de la Estructura y los procesos administrativos
18	Relaciones humanas y públicas
19	Derecho y legislación Turística
20	Turismo Sustentable y Desarrollo Local
21	Gestión de calidad turística
22	Portugués Turístico 1
23	Metodología de la Investigación 1
24	Práctica Profesionalizante
25	Gestión de destinos turísticos sustentables
26	Metodología de la Investigación 2

27	Gestión de servicios hoteleros
28	Desarrollo de productos y circuitos turísticos
29	Francés
30	Portugués Turístico 2
31	Comercialización de productos y servicios turísticos
32	Gestión del uso turístico de espacios protegidos
33	Taller de Tesis

ÁREAS DEL CONOCIMIENTO

Formación General

Inglés Turístico 1.
 Procesos históricos Argentinos y Jujeños.
 Antropología y Turismo
 Informática aplicada al Turismo.
 Inglés Turístico 2.
 Inglés Turístico 3.
 Relaciones humanas y públicas
 Portugués Turístico 1.
 Francés
 Portugués Turístico 2.

Formación Específica en Turismo

Introducción al Turismo.
 Productos turísticos y atractivos turísticos de la región
 Agencias de viajes.
 Derecho y Legislación Turística
 Practica Profesionalizante

Formación en Administración Turística

Principios de administración y contabilidad.
 Formulación y financiamiento de proyectos turísticos.
 Organización y operación de empresas turísticas
 Teoría y Técnicas de la Estructura y los procesos administrativos
 Turismo Sustentable y Desarrollo Local
 Planificación estratégica de destinos turísticos.
 Desarrollo de productos y circuitos turísticos.
 Comercialización de productos y servicios turísticos.

Formación en gestión Turística

Geografía de Recursos turísticos
Arte y Arquitectura Colonial
Gestión de calidad turística
Gestión de destinos turísticos sustentables.
Gestión de servicios hoteleros
Gestión del uso turístico de espacios protegidos.
Gestión del Patrimonio.

Formación en Investigación

Metodología de la Investigación 1
Metodología de investigación 2
Taller de Tesis

tcb

PLAN DE ESTUDIOS

Orden	Asignatura	Régimen de Cursado			Carga Horaria
		Anual	Cuatrimestr		
			1º	2º	
PRIMER AÑO					
1	Inglés Turístico 1	X			120
2	Geografía de Recursos Turísticos			X	120
3	Introducción al Turismo		X		90
4	Principios de administración y Contabilidad		X		60
5	Procesos históricos Argentinos y Jujeños	X			120
6	Antropología y Turismo			X	90
7	Arte y Arquitectura Colonial			X	90
			Total		690
SEGUNDO AÑO					
8	Inglés Turístico 2	X			120
9	Productos turísticos y atractivos turísticos de la Región			X	120
10	Gestión del Patrimonio			X	90
11	Agencias de Viaje		X		90
12	Formulación y financiamiento de proyectos turísticos			X	90
13	Informática aplicada al Turismo		X		90
14	Planificación estratégica de destinos turísticos			X	90
15	Organización y operación de empresas turísticas		X		90
			Total		780
TERCER AÑO					
16	Inglés Turístico 3	X			120
17	Teoría y Técnicas de la Estructura y los procesos administrativos		X		90
18	Relaciones humanas y públicas		X		90
19	Derecho y legislación Turística		X		90
20	Turismo Sustentable y Desarrollo Local			X	90
21	Gestión de calidad turística			X	90
22	Portugués Turístico 1	X			120
23	Metodología de la Investigación 1		X		90
24	Práctica profesionalizante	X			240
			Total		1.020
		Total Tecnicatura			2.490
CUARTO AÑO					
25	Gestión de destinos turísticos sustentables		X		90
26	Metodología de la Investigación 2		X		90
27	Gestión de Servicios hoteleros		X		60
28	Desarrollo de productos y Circuitos turísticos			X	90
29	Francés			X	90
30	Portugués Turístico 2		X		90
31	Comercialización de productos y servicios turísticos	X			120
32	Gestión del uso turístico de espacios protegidos		X		90
33	Taller de Tesis			X	90
			Total		810
TOTAL LICENCIATURA					3300

CORRELATIVIDAD

I. El Plan de estudios presenta correlatividad rígida para acceder a la Práctica profesionalizante en la carrera Tecnicatura Universitaria en Turismo

II. El Plan de estudios presenta correlatividad rígida para acceder al taller de Tesis de la carrera Licenciatura en Turismo.

Orden	Asignatura	correlatividad	
		Regularizada	Aprobada
1	Inglés Turístico 1		
2	Geografía de Recursos Turísticos		
3	Introducción al Turismo		
4	Principios de administración y Contabilidad		
5	Procesos históricos Argentinos y Jujeños		
6	Antropología y Turismo		
7	Arte y Arquitectura Colonial		
8	Inglés Turístico 2	1	
9	Productos turísticos y atractivos turísticos de la Región	2	
10	Gestión del Patrimonio	5-6-7	
11	Agencias de Viaje	3	
12	Formulación y financiamiento de proyectos turísticos	4	
13	Informática aplicada al Turismo		
14	Planificación estratégica de destinos turísticos	4	
15	Organización y operación de empresas turísticas	3	
16	Inglés Turístico 3	8	
17	Teoría y Técnicas de la Estructura y los procesos administrativos	12	
18	Relaciones humanas y públicas		
19	Derecho y legislación Turística		
20	Turismo Sustentable y Desarrollo Local	-3-9-12-14-15	
21	Gestión de calidad turística		
22	Portugués Turístico 1		
23	Metodología de la Investigación 1		
24	Práctica profesionalizante		1-a 23
25	Gestión de destinos turísticos sustentables		
26	Metodología de la Investigación 2	23	
27	Gestión de Servicios hoteleros	21	
28	Desarrollo de productos y Circuitos turísticos	12-15-	
29	Francés		
30	Portugués Turístico 2	22	
31	Comercialización de productos y servicios turísticos	1 a 21	
32	Gestión del uso turístico de espacios protegidos	10-25	
33	Taller de Tesis		1 a 33

Tcb

Contenidos Mínimos

1. Inglés Turístico 1:

Estructura del idioma. Pedir y dar información personal. Números cardinales y ordinales. La hora. Fecha. Presente. Pasado. Futuro simple. Presente perfecto. Presente continuo. Futuro inmediato. Sustantivos contables y no contables. Hablar de gustos y preferencias. Referirse a hábitos y rutinas. Vocabulario relacionado con: trabajos, profesiones, vestimenta, comida, actividades en el tiempo libre. Reglas de cortesía. Expresiones interrogativas. Expresiones que indican preferencia. Diversos grados de obligación. Imperativo para instrucciones. Preposiciones de lugar y movimiento. Sugerencias. Comparativos y superlativos. Introducción al lenguaje indirecto, voz pasiva, oraciones condicionales tipo 1 y sus variantes. Manejo del vocabulario para desarrollar temas específicos relacionados al turismo. Conversación y visitas guiadas. Presentación de itinerarios turísticos.

2. Geografía de Recursos Turísticos con énfasis en el territorio jujeño:

Conceptos básicos de geografía. Paralelos y meridianos, orientación, coordenadas geográficas. Latitud y longitud. Cartografía turística. Articulación territorial del sistema turístico. Territorio y turismo: la diversidad de espacios geográficos turísticos. Binomio turismo y ambiente natural. Geografía de la Región del Norte Argentino. Aspectos generales, Hidrografía, clima, eco regiones. Población. Provincia de Jujuy: superficie, límites, división política. Regiones geográficas. Cotas altimétricas y toponimia. El paisaje, propiedades, cualidades perceptivas. Tipos de paisajes. Factores modificadores del paisaje. Ecología y problemática ambiental.

3. Introducción al Turismo:

Orígenes y evolución histórica del fenómeno turístico en la sociedad. Definición de turismo. Antecedentes. Análisis. Clasificación. El turismo y sus relaciones con el tiempo libre y recreación. Evolución. El turismo y sus impactos. Efectos sobre el medio ambiente. Ecología y turismo. Efectos socio-culturales, económicos, políticos. El turismo en la economía nacional. El turismo como generador de empleos. Aplicación de la teoría general de los sistemas al estudio del turismo. Estructura del sistema turístico. Funcionamiento. El turista. Motivación y comportamiento. Terminología turística. Tipos de turismo. Planta turística. Centros receptores de turismo. Diversos tipos y localizaciones. Mercado turístico. Componentes. Análisis. Particularidades. Superestructura turística. El turismo en la estructura del sector público. Turismo social. Problemática y evolución.

4. Principios de administración y Contabilidad:

Concepto de organización. Tipología organizacional. La administración como disciplina. Evolución de las ideas en Administración. La gestión administrativa. La toma de decisiones. Planeamiento estratégico y planeamiento táctico. Elementos del diseño de la organización. La estructura organizativa. Los procesos. El factor humano en la organización. Clima y cultura. Poder y autoridad. Concepto y estilos de liderazgo. Comunicación. Conceptos básicos de administración de recursos humanos. Sistemas de información y control. El proceso de control. Tablero de mando integral. Administración de los recursos humanos.. La estructura patrimonial.. Análisis de operaciones básicas y específicas. Cierre del proceso contable. Ajustes finales típicos. Nociones básicas sobre Modelos Contables. Los Costos: clasificaciones y conceptos más significativos. Costos fijos, variables y semivARIABLES. Costos en la actividad de servicios turísticos.

5. Procesos históricos Argentinos y Jujeños:

La modernidad como construcción de una Historia Mundial euro y etnocéntrica. La igualdad en la ideología Europea y Americana. Las revoluciones burguesas y las de independencia. El desarrollo del capitalismo y la expansión neocolonial. Efectos económicos, sociales y políticos de la crisis del 30. Golpes de Estado y dictaduras en Argentina. Lucha de clases, antiimperialismo y nacionalismos en Argentina: los gobiernos peronistas y la transformación de la estructura socioeconómica. La Segunda Guerra Mundial y sus resultados. Un mundo dividido: la Guerra Fría y el intervencionismo norteamericano. La alianza entre el imperialismo y las clases dominantes locales y la búsqueda de un

"desarrollo" sin revolución. Las crisis del capitalismo imperialista. El terrorismo de Estado y la desindustrialización. Las políticas neoliberales a escala mundial y sus contestaciones. La caída de la Dictadura y los primeros gobiernos pos-dictatoriales. Rebeliones sociales y cambio político. La crisis económica actual.

Jujuy como parte de la región andina. Las características de sus primeros pobladores, su cultura y su historia. Las luchas por la tierra El impacto del peronismo en la región: sindicalización en las provincias. Reforma agraria y movilización campesina. La construcción de una cultura urbana, los intelectuales jujeños. La marca del terrorismo de Estado. La política neoliberal: exclusión y nuevos actores sociales. Jujuy y la región en la resistencia popular. La declaración de Patrimonio de la Humanidad y sus consecuencias. La identidad, la cultura y la historia populares como construcción de futuro.

6. Antropología y Turismo:

Turismo y Sociedad. Turismo y Cultura. Ocio y consumo en las sociedades contemporáneas: el modelo de turismo fordista y postfordista. Turismo y Desarrollo. Turismo y Desarrollo Económico, Desarrollo Social y Desarrollo Sustentable. Viajeros y trabajadores: La estructura social de la oferta y la demanda turística. Caracterización de la antropología como disciplina científica. Situación histórica y conocimiento en antropología. El modelo antropológico clásico. Naturaleza y cultura. Concepto de cultura en antropología. La antropología y el turismo. Tipologías y definiciones. La cultura en la construcción antropológica. La dimensión social y cultural de la experiencia humana. El otro cultural: una manera de pensar la diferencia. Etnocentrismo y relativismo cultural. Raza y racismo. Lo simbólico y lo material. Tradiciones populares: arte, fábulas, leyendas, mitos, ritos, divinidades, creencias, supersticiones en particular de nuestros pueblos originarios. Usos, costumbres y refranes. Danzas. Museos folklóricos y tradicionales. Calendario de Festividades. Centros culturales. Patrimonio Gastronómico. La religión como conformador de nacionalidades e identidades. Globalización cultural y sus efectos sobre la constitución de las identidades.

7. Arte y Arquitectura Colonial:

Perspectivas sobre Arte y Cultura: el arte como parte de la Historia Cultural. Concepciones y fundamentos del Patrimonio: concepto de Patrimonio — Cultura — Identidad. Gestión cultural como agente de vínculo identitario y desarrollo comunitario. Arte y Arquitectura en Europa y su influencia en Iberoamérica. Arte en Iberoamérica: la organización social del culto: cofradías, gremios, terceras órdenes. Iconografía. Influencia de la visión indígena en el arte colonial. Historia socio cultural de la región: conquista, colonización y evangelización en el mundo hispanoamericano. Ocupación del espacio y desarrollo desigual, organización política y social. Religiosidad americana y cristianismo. Iconografía y Cultura: iconografía y órdenes religiosas. Técnicas y producción en el arte y la arquitectura colonial: técnicas y materiales locales en la producción arquitectónica, escultórica y pictórica en el mundo colonial. Barroco, regionalismo y mestizaje en el NOA. Escultura y culto en Sudamérica colonial: retablos y escultura, organización narrativa y objetos de culto.

8. Inglés Turístico 2:

Futuro inmediato. Preposiciones que indican tiempo. Expresiones utilizadas al presentar una queja. Uso de "enough/too" con sustantivos y adjetivos. Voz pasiva: en tiempos simples perfectos y continuos. Pasiva con verbos defectivos. Presente simple para describir itinerarios. Presente perfecto. Uso de "for/since". Marco referencia de vocabulario. Redacción de mensajes, avisos, pedidos, cartas formales e informales en inglés. Dominio de estructuras gramaticales de mediana complejidad. Comprensión y producción de textos orales y escritos relacionados con los servicios de alojamiento, gastronomía, agencias de viaje y transporte. Planificación de itinerarios.

9. Productos turísticos y atractivos turísticos de la región:

Circuitos turísticos tradicionales, exóticos, novedosos y especializados. Regiones turísticas de Jujuy: Valles, Yungas, Puna y Quebrada. Relevamiento y jerarquización de los recursos según metodología OEA. Las actividades productivas, la red de transportes y el manejo de los recursos en relación con la actividad turística y los atractivos turísticos, su jerarquización y su gestión. Desarrollo de productos

turísticos potenciales en la Provincia de Jujuy, ruta del cuero, del vino, turismo gourmet, religioso, de reuniones, de salud, diseño integral de los circuitos, prestadores, actores involucrados, demanda, oferta, acciones participativas.

10. Gestión del Patrimonio:

Definición de patrimonio. Patrimonio natural y cultural. Cultura e identidad. El Patrimonio como herencia y como cultura. Propósitos de conservación. Formación de conciencia patrimonial. Instituciones y organismos internacionales y nacionales responsables por la gestión del patrimonio. Gestión del patrimonio como recurso turístico. Los paisajes naturales y el manejo de los recursos en relación a la actividad turística. La diversidad cultural y el manejo de los recursos en relación a la actividad turística. Patrimonio natural argentino. Génesis y transformación de los paisajes. Sitios declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Monumentos históricos Nacionales. Geografía Regional Argentina: Noroeste, Sierras Pampeanas, Llanura Platense, Meseta Subtropical, Cuyo, Patagonia. Atractivos turísticos naturales. Evolución y dinámica del poblamiento argentino. Legado cultural, histórico, arquitectónico y urbanístico de los distintos estilos de poblamiento. Patrimonio y desarrollo.

11. Agencias de Viajes:

Orígenes de las agencias de viajes. La agencia de viajes: clasificación, estructura y funcionamiento. Organización administrativa de diferentes tipos de agencias. Objetivos y funciones. Organización de una operadora turística, mayorista y agencia de viajes. El entorno normativo. Ley Nacional de Agencias de Viajes. Ley de Turismo Estudiantil. Apertura de una Agencia de Viajes. El circuito y el itinerario turístico. Elementos para el armado de circuitos. La programación de circuitos turísticos nacionales e internacionales. Cálculo de tarifas de transportes y alojamiento. Armado y presupuestación del turismo todo pago, paquetes individuales y grupales. Reservas y sistemas automatizados de reservas. Distintas formas de contratación. Interpretación de manuales y tarifarios de operadores. Sistemas integrales de turismo. Estructura de costos. Impuestos. Cuentas corrientes, facturas, notas de crédito/ débito, pagos a proveedores. Facturación. Formas de pago. Comisiones. Documentación necesaria para viajes nacionales, regionales e internacionales.

12. Formulación y financiamiento de proyectos turísticos:

Tipos y clases de Proyectos Turísticos. Ciclo de vida del Proyecto. La fase de pre inversión. Identificación, diagnóstico, problemas, actores, análisis FODA. Los altos motivos. Las etapas de la formulación del proyecto: idea, perfil, ante-proyecto. Componentes estructurales y no estructurales. Estudios y viabilidades. Estimaciones de costos. Las inversiones del proyecto. Los beneficios. Construcción de flujo de caja. Criterios de evaluación. Tasa de retorno. Análisis de riesgo. Análisis de sensibilidad. Evaluación de Proyectos. Análisis de casos y elaboración de anteproyectos. Fuentes de financiación internacional, nacional y local.

13. Informática aplicada al Turismo:

Las tecnologías de información y comunicación en la estructura tradicional del mercado de viajes y turismo. La re-definición de formas de comercialización y distribución de los servicios turísticos. Integración vertical y horizontal del mercado. Las oportunidades y desafíos de las TIC's. La tendencia a la venta directa. Los proveedores de servicios y productos turísticos y las TIC s. Los Sistemas Computarizados de Reservas GDS-CRS. Sistemas de gestión de destinos turísticos. Sistemas Informáticos aplicados a la gestión hotelera. Las ventajas del uso de Internet para la evolución del negocio del turismo y la hotelería desde la comunicación hasta la comercialización. Software básico para la realización de material promocional y el uso de la web 2.0. El desarrollo sustentable y las nuevas tecnologías. Trip advisor, Booking, etc.

14. Planificación estratégica de destinos turísticos:

Fases del proceso de planificación. Niveles de planificación del turismo y su integración. Elementos de la planificación estratégica. Gestión del plan. Indicadores. Presupuestación. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable de Argentina. Actualizaciones. Monitoreo y control. Planificación

de complejos y atracciones turísticas. El espacio turístico y el ordenamiento territorial. Planificación de espacios protegidos. Otras modalidades. Procesos participativos. Los recursos humanos y la formación en los procesos de planificación y su ejecución. Evolución del concepto de desarrollo. Lo global y lo local. Descentralización y desregulación. La ordenación territorial a escala municipal. Focalización de las políticas sociales urbanas: nuevas formas de exclusión – integración socio-territorial. Liderazgo público. Modelos de desarrollo: competitividad, gobernabilidad y desarrollo humano sustentable. Instrumentos de desarrollo local turístico: agendas, planes maestros, gestión integrada.

15. Organización y operación de empresas turísticas:

Las empresas del sector turístico. Características operacionales y organizacionales. Su entorno específico. Financiación e inversión en las empresas turísticas. Organización y administración de las empresas turísticas. Empresa turística familiar. La agencia de viajes. Clasificación legal en la Argentina. Funciones y habilitaciones según tipo de agencia. Normativa aplicable. Clasificación según la OMT. Proceso de creación de una agencia de viajes. Funciones de la agencia. Agente de viajes: sus funciones y responsabilidades. Alojamientos turísticos. Contraste de las normativas a nivel nacional y provincial. Concepto de alojamiento turístico. Clasificación de alojamientos turísticos. Departamentos y su comunicación interna. Procedimientos operativos de back y front office. Cadenas hoteleras. Tarifas. Transporte terrestre y ferroviario en Argentina: evolución, características, circuitos turísticos, situación actual y perspectivas. Transporte marítimo turístico: evolución, características, departamentos y flujo de comunicación, principales mercados emisores, principales bloques comerciales, las tres alianzas estratégicas, el rol del técnico en turismo. Transporte aéreo: Generalidades. Evolución histórica del transporte aéreo comercial y su relación con el turismo. Consecuencias. Convenios Internacionales. Libertades del espacio aéreo. IATA: Organización y funciones. Organismos y Asociaciones: AITAL, IAC.A, NTSB, ORSNA. Las rutas Aéreas. El aeropuerto: composición, clasificación, categorización, áreas. Los aviones. Las compañías aéreas. El pasajero. El arribo. El equipaje. Tarifas y billetes aéreos. Base tarifaria. Impuestos y tasas aplicables para el cálculo tarifario. Legislación sobre viajeros en tránsito y aduanas. DNI, Pasaporte, Visa, Visado, Fichas de control entrada/salida, Certificados de vacunación. Derechos del viajero. Seguros de viaje. Consulados y embajadas.

16.- Inglés Turístico 3:

Expresiones para formular opiniones. Comparación de adjetivos: formas irregulares. Profundización de los grados de obligación. "Tag questions" uso de los números. Intención y decisión espontáneas: "will". Voz pasiva. Verbos. Modales seguidos de infinitivo perfecto. Futuro continuo y perfecto. Lenguaje indirecto: usos especiales. Expresiones utilizadas para indicar tamaño y dimensiones. Oraciones condicionales en todas sus variantes. Marco referencial de vocabulario. Dominio de estructuras gramaticales complejas para el diseño y programación de circuitos turísticos, la conducción, guía y atención de grupos de turistas.

17. Teoría y Técnicas de la Estructura y los Procesos Administrativos:

La estructura organizacional: conceptos, tipos, características, propiedades. Conceptos de autoridad y responsabilidad: tipos. Los procedimientos administrativos: concepto, tipos (de compras, de ventas, de pagos, de cobros). Técnicas de Organización y Métodos (O&M) aplicables: diagramas de interdependencia sectorial (DIS), cursogramas, diseño de formularios, manuales de procedimientos.

18. Relaciones Humanas y Públicas:

Las Relaciones Humanas o Interpersonales (RRHI): conceptos, tipos (saludables y no saludables), características, comportamientos efectivos e inefectivos, consecuencias. El rol de la confianza: cómo establecerla y mantenerla. Empatía. El rol de la Comunicación. La Inteligencia Emocional. Habilidades sociales. Técnicas para mejorar las RRHI. Manejo de situaciones negativas. Cómo recomponer una relación deteriorada.

Las Relaciones Públicas (RRPP): concepto, objetivos, reseña histórica. Funciones y características del relacionista público. Campos de aplicación. Herramientas internas y externas. Público: concepto,

tipos. Diferencias con Publicidad y Marketing. Opinión Pública: concepto, características. Las RRPP y los Eventos: patrocinio, auspicio, esponsorero. Las RRPP y la imagen: elementos formadores de imagen; tipos. Las RRPP y la Prensa: tipos de medios, características; medios de comunicación con la Prensa. Las RRPP y los Clientes: atención al cliente; quejas y reclamos; satisfacción del cliente. Crisis: su manejo. Plan o Programa de RRPP. Ética de las RRPP.

19. Derecho y Legislación Turística:

El Derecho: Concepto. Principios generales y fuentes. Estado y Constitución. Constitución Nacional. Derechos Civiles y garantías constitucionales. Derechos humanos. Órganos y Poderes del Estado. Regímenes Provinciales y Municipales. Principios fundamentales del derecho. La ley. Interpretación y aplicación de la ley. Ramas del derecho, sujeto del derecho Persona como sujeto de derecho. Hechos y actos jurídicos; formas, vicios. Nulidad de los actos jurídicos. La función pública y el servicio público. Actos administrativos. Contratos Administrativos. Responsabilidad del Estado. Obligaciones: conceptos, elementos, clases. Contratos: concepto, clases y efectos. Contratos en el sector del turismo. Contratos de Seguros. Derecho Laboral. Derechos del Consumidor. Derecho de los pueblos originarios. La autodeterminación relacionada a la actividad turística.

20. Turismo Sustentable y Desarrollo Local:

Economía, sociedad y ecología: el desarrollo (in)sostenible. Orígenes y evolución del concepto de desarrollo sostenible. El desarrollo sostenible del turismo. Enfoques y definiciones. El turismo sostenible en la práctica: dimensiones e indicadores. La capacidad de carga de los destinos turísticos. Turismo sostenible en el medio rural y en las áreas protegidas: el Ecoturismo y el Turismo Rural. La Gestión Ambiental y la Certificación de la Calidad Ambiental en el turismo. Turismo y cambio climático: análisis de las interacciones, mitigación y adaptación. El Turismo como herramienta del Desarrollo Local: condiciones, estrategias.

21. Gestión de la calidad turística:

Calidad. El concepto de calidad: origen y evolución. La eficacia organizacional y la Gestión de Calidad como elemento consustancial. Los aportes de E. Deming (Ciclo y Principios), P. Crosby (cero defecto, costo de la no conformidad o no calidad), W. Ouchi (Teoría Z), K. Ishikawa (cadena de calidad), Juran (trilogía). Los conceptos ampliados: calidad del servicio, gestión de la calidad, calidad total, costos de calidad, cultura de la calidad, satisfacción, percepción, calidad percibida. Enfoques Requisitos generales de un Sistema de Gestión de la Calidad. Procesos críticos. Calidad en los servicios turísticos. El concepto del valor agregado y la cadena de valor. Sistema Argentino de Calidad Turística: niveles y programas. Costos de la no calidad. El rol del responsable de calidad. Introducción a la normalización. Modelos de calidad. Norma IRAM SECTUR para alojamientos turísticos, norma ISO 9001. El proceso de la implementación de un sistema de gestión de calidad. Calidad como medio de sostener la seguridad del pasajero.

22. Portugués Turístico 1:

Fonética. Artículos definido e indefinido. Plural y femenino de los substantivos. Saludos formales e informales. Tratamiento formal e informal. Pronombres retos, de tratamiento, posesivos y demostrativos. Presentaciones. Despedidas. Frases interrogativas, afirmativas y negativas. Diálogos iniciales. Preposiciones y sus contracciones. Pedir informaciones y responder sobre datos personales. Profesiones. Nacionalidades, países y ciudades. Contracciones relacionadas. Números ordinales y cardinales. Verbos regulares e irregulares del presente y pasado simple (pretérito perfecto). Regiones de Brasil. Adverbios de lugar. Presente continuo. Futuro inmediato. Pedir informaciones y responder sobre hora y fecha. Días de la semana, meses y estaciones del año. Contracciones relacionadas. Fiestas populares en Brasil. Actividades del cotidiano. Actividades de tiempos libres. Conjunciones. Comparativos y superlativos de adjetivos y substantivos. Clima y estaciones del año. Medios de transporte y vocabulario relacionado.

23. Metodología de la Investigación 1

Epistemología. Metodología. Investigación. Tipos de conocimiento. Modelos y Métodos de explicación científica. Proceso de Investigación. Etapas. Características y consideraciones. Planteo y diseños de investigación. Técnicas. Muestreo Procesamiento de los datos. Elaboración de Informes. Trabajo de Investigación. Diagnóstico acerca del conocimiento que se posee sobre la naturaleza, función y estructura del turismo. Procedimientos de investigación científica. Reconocimiento de razonamientos deductivos, inductivos y análogos. Caracterización de la ciencia. El método hipotético deductivo. Hipótesis científica. Leyes científicas. Análisis de la construcción de una teoría científica.

24. Práctica Profesionalizante

Integración de contenidos adquiridos en la carrera en la aplicación teórico-práctica. Armado de circuitos. Reserva de servicios. Trámites aduaneros. Trámites en terminales de transporte. Tareas programadas en empresas de servicios. Diseño de producto turístico. Análisis y evaluación.

25. Gestión de destinos turísticos sustentables:

Informe de Brundtland. Cumbre de la Tierra, Rio de Janeiro 1992. Agenda 2° para Viajes y Turismo. Desarrollo Sustentable: la relación entre sociedad, economía y naturaleza. Las relaciones entre crecimiento económico, desarrollo económico, justicia social y participación ciudadana. La importancia del turismo en la actividad económica de nuestro país y del mundo. Indicadores de sustentabilidad.

26. Metodología de la Investigación 2

Diseño, operacionalización, técnicas e instrumentos de recolección de datos. Procesamiento, análisis, interpretación y exposición de resultados. Encuesta, Entrevista, análisis de material escrito. El proceso de investigación, el lenguaje común y su desnaturalización. La pregunta de conocimiento. La precomprensión del intérprete y el proceso de investigación: la reformulación permanente de hipótesis. La participación del investigador en la construcción del objeto: el concepto de reflexividad. La noción de campo como relación conceptual y referente empírico. Diseños. Tipologías, modelos, componentes, estructuras. Tesis, Tesinas, memorias, Ensayos, Informes.

27. Gestión de servicios hoteleros:

Concepto de alojamiento turístico; alojamiento hotelero (incluidos cruceros) y extra hotelero, distintas clasificaciones, concepto de BACK y FRONT; tipos de habitaciones y tipos de regímenes de alojamiento. Vocabulario técnico. Ámbito normativo nacional y de la provincia de Jujuy, Ley Provincial de Regulación de Alojamientos Turísticos N° 5737. Organización hotelera (organigramas, estructuras y procesos). Departamentalización (el personal y sus funciones, STAFF) visión, misión, objetivos y metas en hotelería. Cadenas hoteleras (concepto, ventajas y desventajas; diferentes tipos de afiliación a cadenas hoteleras). Tarifas (concepto, tipos y aplicación). Voucher (forma, requisitos y alcance) facturación en hotelería (comunicación entre departamentos). Gastronomía, conceptos básicos.

28. Desarrollo de productos y circuitos turísticos:

Relevamiento y diagnóstico de recursos. Estructuración de la cadena de valor. La capacitación y formación del capital humano. Fuentes de financiamientos locales, nacionales e internacionales. Estructuración de la comercialización y comunicación. Diferentes modalidades turísticas y sus características.

29. Francés:

Contenidos lingüísticos: desarrollo de la competencia comunicativa. El discurso oral: escucha y habla. El discurso escrito: lectura y escritura. Niveles del lenguaje: aspectos lexicales, gramaticales, fonológicos, funcionales y discursivos correspondientes a situaciones de comunicación básicas en la lengua francesa. Contenidos temáticos: Presentaciones y saludos. Información personal. El hotel: características y ubicación. Intercambio de información sobre servicios de la hospitalidad a través de comunicaciones telefónicas y personalmente. Indicaciones para llegar a un lugar. Utilización de

mapas. Descripción de comidas, alimentos y bebidas. Descripción de prendas de vestimenta. Interacción oral y escrita para la toma de pedidos de alimentos y bebidas. Organizaciones de las industrias turísticas. Tipos de alojamiento. Referencias de paisajes turísticos.

30. Portugués Turístico 2:

Hablar de experiencias pasadas. Ciudades y atractivos turísticos en Brasil. Artesanías típicas de Brasil. Moneda y cambio monetario. Adverbios de frecuencia. Situaciones en el restaurante. Vocabulario relacionado. Diálogos de reserva, llegada al restaurante y hacer el pedido inicial y otros. Hablar de comida y bebida típica del lugar. Situaciones en el hotel. Vocabulario relacionado. Pedir y dar informaciones sobre: comodidades de un hotel, tipo de servicios, comidas, etc. Diálogos de reserva, check-in, estadía y servicios hoteleros, check-out, reclamos. Aeropuertos: servicios, áreas y trámites (check-in, seguridad, aduana, retiro de equipaje). Dar y preguntar informaciones/indicaciones en el exterior. Adverbios de lugar en el exterior. Señales de tránsito. Vocabulario contrastivo: heterosemánticos, heterotónicos, heterogenericos y petrográficos. Frases populares, proverbios, expresiones idiomáticas. Ropa y vocabulario relacionado. Situaciones en la agencia de viajes. Pedir y dar un consejo o sugerencia. Expresar opinión. Hablar de preferencias y expectativas o deseos. Verbos: Pretérito imperfecto. Presente del Subjuntivo. Expresiones impersonales + presente del subjuntivo. Algunas conjunciones + presente del subjuntivo. Imperfecto del subjuntivo. Futuro del Pretérito. Descripción y comparación de destinos turísticos: hablar de sus atractivos, clima, que debe llevar, medio de transporte, alojamiento turístico, actividades recreativas y demás oferta.

31. Comercialización de productos y servicios turísticos:

Fundamentos del Marketing. Marketing de Servicios. El Marketing en el turismo y la hospitalidad. El Marketing en la planificación estratégica. El mercado y el entorno. La demanda. Investigación de mercado. Segmentación, selección del mercado meta y posicionamiento. Mercado de consumo y comportamiento de compra de los consumidores. El sistema de información y la investigación comercial. Estrategias de Marketing: Decisiones sobre el Producto, el Precio, la Distribución y Logística/Localización y la Promoción/Comunicación. Marketing Interno. Satisfacción y Calidad. El marketing y la globalización del Turismo: mercados globales. Ley Nacional de Publicidad con fines turísticos.

32. Gestión del uso turístico de espacios protegidos:

Los paisajes naturales y el manejo de los recursos en relación a la actividad turística. La diversidad cultural y el manejo de los recursos en relación a la actividad turística. Política y ética en la preservación del patrimonio. Puesta en Valor de sitios patrimoniales

33. Taller de tesis

Desarrollo de una investigación que contribuya a la conformación de una teoría turística. El turismo como objeto de investigación

oooOOOooo

Tcb