PLAN DE ESTUDIOS DE LAS CARRERAS DE:
“LICENCIATURA BINACIONAL EN TURISMO”
Y
“TECNICATURA BINACIONAL EN TURISMO”

I. FUNDAMENTOS

a. Marco Teórico

La importancia del turismo, tanto en lo que refiere a sus implicancias sociales como económicas, exige la atención académica como objeto específico de estudio que permita contribuir a su desarrollo desde supuestos rigurosos y sistemáticos.

El turismo, forma de ocio y recreación que se caracteriza por el desplazamiento temporal de personas fuera de su lugar de residencia habitual, es uno de los sectores de más rápido crecimiento, y se ha convertido en poco tiempo en una actividad de importancia para el desarrollo de un gran número de países y en un agente de cambio económico y social.

Tanto en Argentina como en Uruguay, el desarrollo del mercado de productos turísticos se encuentra en expansión desde hace dos décadas, tanto a partir de las inversiones privadas como de las políticas y estrategias diseñadas desde los Estados. Pese a ello, las universidades implicadas en este proyecto (Universidad de la República y Universidad Nacional de Entre Ríos) han permanecido prácticamente ajenas al estudio del fenómeno, con la excepción de la implementación de la Tecnicatura en Turismo a partir de 1997 en Uruguay.

En función de la mencionada expansión, se hace necesaria la formación de recursos humanos más capacitados para abordar de manera sistemática la problemática del sector. En este marco, este emprendimiento binacional adquiere sentido y permite el afianzamiento de las políticas educativas de integración regional, para un mejor aprovechamiento de los recursos académicos requeridos.

En este sentido desde mediados de 2001, se constituyó un grupo de trabajo conformado por la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad Nacional de Entre Ríos, conjuntamente con la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, y la Regional Norte de la Universidad de la República, intentando responder a las demandas académicas de la población estudiantil, así como del sector productivo regional.

Esta demanda se debe al crecimiento cualitativo y cuantitativo de emprendimientos turísticos; a modo de ejemplo, en la sub – región noroeste del Uruguay, se estima que el crecimiento de empresas turísticas, en los últimos 20 años, alcanza al 68,4% del total de las existentes en el sector; los emprendimientos, por otra parte, son cada vez más complejos. Esta situación se plantea de manera similar en las provincias argentinas afectadas al proyecto.

De las conclusiones del “I Encuentro Argentino-Uruguayo para el desarrollo sostenible del turismo en el corredor del Río Uruguay” (Concordia – Paysandú, 24 y 25 de abril de 2001), se destaca : la variedad de ofertas potenciales (turismo histórico, cultural, de aventura, rural, termal, de salud, ecológico, náutico, de entretenimiento, didáctico (para agroindustrias) y las posibilidades de complementación binacional que según la opinión mayoritaria de los participantes, traería como consecuencia la diversificación y aumento de las fuentes laborales y el intercambio y potenciación cultural. Asimismo, se observan como obstáculos, entre otros, la falta de comunicación, de conciencia integradora, de capacitación y de coordinación. En relación a estos últimos aspectos, se puede enmarcar la necesidad de creación de carreras de grado, binacionales, universitarias que garanticen una formación en la problemática del tema turismo, comprometidas críticamente con las necesidades de desarrollo regional de ambos países.

b. Justificación del Proyecto

El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas de mayor crecimiento y mayor volumen de operación, principalmente en los países en vías de desarrollo; y en una oportunidad estratégica de recuperación productiva e integración social para aquellos que cuentan con los recursos naturales e histórico-culturales básicos y con los recursos humanos lo suficientemente calificados y especializados para la preparación y ejecución de políticas de desarrollo.

La profundización de capacidades y habilidades, como así también la incorporación de conceptos y el desarrollo de nuevas actitudes posibilitará una mejora sensible en la prestación de servicios y la instalación en la sociedad de una visión estratégica, lo que llevará a un crecimiento sostenido y ordenado de la actividad, en un marco de respeto e integración con el hábitat natural que nos rodea.

El conocimiento de las potencialidades turísticas locales, regionales y nacionales, y de su contexto histórico, social, cultural y político; de técnicas de gestión para el desarrollo de la actividad, como así también de planificación y desarrollo de políticas específicas del sector, posibilitarán al Licenciado en Turismo, analizar y colaborar en la investigación e identificación de los recursos turísticos actuales y potenciales, contribuir en la gestión de organizaciones relacionadas con el turismo, y participar activamente en los entes estatales o no gubernamentales que tracen políticas o lineamientos propios de la actividad. En el mismo sentido, el Técnico en Turismo quedará habilitado para la aplicación práctica tomando en cuenta las perspectivas que presenta la actividad y estará capacitado para integrar equipos de trabajo, realizar funciones administrativas y comerciales, tanto en entes públicos como privados.

Asimismo, hay que destacar que en el pensamiento actual de las ciencias sociales, el turismo no es sólo ocio y recreación sino que comporta una faceta importantísima como práctica sociopolítica que contribuye a la democratización de los pueblos por las posibilidades de intercambios con las diferencias y diversidades. Por lo tanto, las carreras propuestas tienen una dimensión socioeducativa que optimizan el desarrollo a escala humana.

En este marco teórico y de justificación se inscriben las presentaciones de los proyectos de creación de las carreras de Licenciatura en Turismo (Apartado II) y Tecnicatura en Turismo (Apartado III), como ofertas académicas binacionales, de la Universidad de la República (República Oriental del Uruguay) y de la Universidad Nacional de Entre Ríos.

c. Antecedentes

Universidad de la República

Este proyecto se encuentra previsto en el Plan Estratégico de la Universidad de la República (en adelante PLEDUR) 2000 – 2004, que expresa lo siguiente:

“Orientación 1.3 Impulsar el incremento de la oferta educativa universitaria en el interior de la República.” (PLEDUR, 2000: 13)

Desde la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación

Este proyecto tiene como antecedente la carrera de Técnico Universitario en Turismo oportunamente aprobada (Res. CDC, 23 – 7 - 1996) y actualmente en su tercera y cuarta promoción.

En lo atinente a la Regional Norte

El proyecto es coincidente con el diagnóstico realizado por el Ing. Gottifredi, en el cual se evidenció la importancia de la formación de recursos humanos para el sector turístico (Gottifredi, 1996: 53)¹ y está, por otra parte, dentro de los objetivos planteados por el Plan de Desarrollo Institucional (en adelante PDI) 2001 – 2005 de la Regional Norte (P. D. I.: 10)²

Desde la Universidad Nacional de Entre Ríos

En el Informe Institucional 2000 de la Universidad Nacional de Entre Ríos, en relación a la política académica institucional se especifica que:

“La apertura de las fronteras de la Universidad a los espacios nacionales e internacionales de cooperación y complementariedad potencian los recursos de nuestra Universidad y dan lugar a la integración académica.”

Dentro de las líneas de acción se consideran prioritarias, entre otras:

- ✓ consolidación de las carreras de grado y apoyo a la diversificación académica
- ✓ creciente relación de la Universidad con organismos e instituciones nacionales e internacionales de relevancia académica, científica y cultural que favorecen la integración

¹ Informe Ing.Gottifredi: Regional Norte – Universidad de la República (Res.C.D. C del 15/10/96)

² Plan de Desarrollo Institucional – regional Norte 2001 – 2004 (Res.Com.Directiva de RN)

Asimismo, con relación al perfil de la docencia universitaria, se señala la capacidad “...de explorar, producir y transmitir conocimientos vinculados prioritariamente con la problemática de la región y el país..”

Desde la Facultad de Ciencias de la Administración

Este proyecto tiene como antecedente el Curso “Ecoturismo” aprobado por Resolución del Consejo Directivo 075/03, de tres cuatrimestres de duración, el que actualmente se está dictando.

II. PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN TURISMO

a. Denominación de la Carrera

“LICENCIATURA EN TURISMO”

b. Características

- b.1) Nivel: Carrera de Grado
- b.2) Título a otorgar: Licenciado en Turismo
- b.3) Categoría del Título a Otorgar: Profesional de Grado
- b.4) Duración: A término
- b.5) Modalidad: Presencial

c. Propósitos Generales

Como se especifica en el marco teórico y la justificación, la actividad turística representa una posibilidad de desarrollo tanto económico como social, para Argentina y Uruguay. En este desarrollo están involucrados tanto el sector privado como público, requiriendo para su concreción recursos humanos con formación sistemática y de alto nivel para abordar la problemática del sector turístico. En ese marco, esta carrera se propone brindar formación académica en estrecha relación con las necesidades y demandas del medio, y en respuesta a las prioridades de diversificación de la oferta de carreras de grado de las instituciones universitarias, que se comprometen con la

exploración y tratamiento, en base a sólidos conocimientos, de los problemas regionales.

d. Organización del Plan de Estudios

La estructura del Plan tomando en cuenta las diferentes asignaturas responde a la siguiente distribución por áreas:

- a. Asignaturas que contemplan conocimientos específicos a la formación en turismo: Introducción al Turismo, Teoría del Turismo I y II, Geografía Turística I y II, Sociología del Turismo, Economía del Turismo, Patrimonio Cultural, Organizaciones Turísticas I y II, Productos Turísticos I y II, Ecología y Medio Ambiente, Seminario I y II, Proyectos Turísticos, Pasantía y Tesina.
- b. Asignaturas que contemplan conocimientos generales de las ciencias sociales y humanas: Introducción a la Economía, Legislación Turística, Historia Regional I y II, Antropología Social y Cultural, Comunicación y El arte en la cultura.
- c. Asignaturas que contemplan conocimientos instrumentales:
 - 1) las referidas a habilidades y destrezas profesionales (Administración General, Gestión de Comercialización, Planificación Turística, Marketing Turístico y Gestión de Organizaciones Turísticas);
 - 2) las referidas a habilidades y destrezas académicas (Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales, Estadística I y II y Taller de Investigación);
 - 3) Las referidas a conocimientos de idiomas (Inglés I, Inglés II, Inglés III, Portugués I y Portugués II)

e. Requisitos de ingreso

Para Uruguay:

- Tener aprobado Segundo Ciclo de Enseñanza Secundaria en cualesquiera de sus orientaciones,
- o poseer Título de Maestro,
- o ser Egresado del INET,
- o ser Egresado de UTU con nivel de Bachillerato.

Para Argentina:

- Tener aprobado el nivel medio, secundario o polimodal.

f. Asignaturas y otros requisitos para acceder al Título

Asignatura	Carga Horaria Total	Título Intermedio
Primer Semestre		
01 Introducción al Turismo	96 hs.	Sí
02 Geografía Turística I	96 hs.	Sí
03 Historia Regional I	48 hs.	Sí
04 Introducción a la Economía	96 hs.	Sí
05 Inglés I	48 hs.	Sí
Segundo Semestre		
06 Geografía Turística II	96 hs.	Sí
07 Historia Regional II	96 hs.	Sí
08 Administración General	96 hs.	Sí
09 Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales	96 hs.	Sí
10 Inglés II	48 hs.	Sí
Tercer Semestre		
11 Portugués I	48 hs.	Sí
12 Legislación Turística	96 hs.	Sí
13 Planificación Turística	96 hs.	Sí
14 Gestión de Comercialización	48 hs.	Sí
15 Estadística I	48 hs.	Sí
16 Inglés III	48 hs.	Sí
Cuarto Semestre		
17 Marketing Turístico	48 hs.	Sí
18 Sociología del Turismo	96 hs.	Sí
19 Comunicación	48 hs.	
20 Estadística II	48 hs.	
21 Antropología Social y Cultural	96 hs.	Sí
22 Portugués II	48 hs.	Sí
Quinto Semestre		
23 Patrimonio Cultural	96 hs.	Sí
24 Teoría del Turismo I	48 hs.	No
25 Organizaciones Turísticas I	48 hs.	No
26 Ecología y Medio Ambiente	96 hs.	Sí
Sexto Semestre		
27 Teoría del Turismo II	48 hs.	No
28 Organizaciones Turísticas II	48 hs.	No
29 El arte en la cultura	96 hs.	No
30 Seminario I	96 hs.	No

Séptimo Semestre

31	Economía del Turismo	48 hs.	No
32	Gestión de Organizaciones Turísticas	96 hs.	No
33	Productos Turísticos I	48 hs.	No
34	Seminario II	96 hs.	No

Octavo Semestre

35	Productos Turísticos II	48 hs.	No
36	Proyectos Turísticos	96 hs.	No
37	Taller de Investigación	96 hs.	No

Noveno Semestre

38	Pasantía	96 hs.
39	Tesina	96 hs.

g. Duración de la Carrera

g.1) Resumen Carga Horaria

Semestre	Total Semanal	Total Semestre	Total del Año	Acumulado
1	24	384	816	816
2	27	432		
3	24	384	768	1584
4	24	384		
5	18	288	576	2160
6	18	288		
7	18	288	528	2688
8	15	240		
9	12	192	192	2880

g.2.) Totales por Asignaturas, Semestres y Años

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

Primer Semestre

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

Segundo Semestre

06	Geografía Turística II	6	96				
07	Historia Regional II	6	96				
08	Administración General	6	96				
09	Metodología de la Investigación en	6	96				

	Ciencias Sociales						
10	Inglés II	3	48	27	432	816	

Tercer Semestre

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

Cuarto Semestre

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

Quinto Semestre

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

Sexto Semestre

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

Séptimo Semestre

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

Octavo Semestre

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

Noveno Semestre

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

h. Régimen de Correlatividades

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

Primer Semestre

01	Introducción al Turismo	No Tiene
02	Geografía Turística I	No Tiene
03	Historia Regional I	No Tiene
04	Introducción a la Economía	No Tiene
05	Inglés I	No Tiene

Segundo Semestre

06	Geografía Turística II	01-02
07	Historia Regional II	01-03
08	Administración General	No tiene
09	Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales	No tiene
10	Inglés II	05

Tercer Semestre

11	Portugués I	No tiene
12	Legislación Turística	No tiene
13	Planificación Turística	01-04-08
14	Gestión de Comercialización	01-08
15	Estadística I	No tiene
16	Inglés III	05-10

Cuarto Semestre

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

Quinto Semestre

23	Patrimonio Cultural	1 a10
24	Teoría del Turismo I	1 a 10-13
25	Organizaciones Turísticas I	1 a 10-12-13-17
26	Ecología y Medio Ambiente	1 a 10

Sexto Semestre

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

Séptimo Semestre

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

Octavo Semestre

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

Noveno Semestre

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

i. Perfil del Licenciado en Turismo

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

Para ello requiere de:

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

j. Alcances del Título

El licenciado en turismo estará capacitado para:

- 1) Realizar estudios e investigación teórica y aplicada del turismo;
- 2) Elaborar y diseñar políticas turísticas a nivel nacional en el marco de la integración regional;
- 3) Elaborar, formular, dirigir y evaluar planes, proyectos y programas de desarrollo turísticos;

- 4) Coordinar y dirigir equipos interdisciplinarios y multidisciplinarios de investigación;
- 5) Asesorar acerca de la estructura y funcionamiento técnico de entes, instituciones o empresas de actividades turísticas;
- 6) Planificar, organizar y controlar actividades específicas en áreas de su competencia en el ámbito público y privado
- 7) Asesorar y coordinar acciones relativas a la preservación de los diferentes aspectos del patrimonio turístico y de recreación.

k. Forma de evaluación

La evaluación se realizará por asignatura, unificándose las modalidades de ambos países.

l. Descripción sintética de las asignaturas del Plan

01. Introducción al Turismo: proporciona el concepto y significado del turismo, así como su historia, con especial énfasis en la región. Considera la evolución del sector turismo en sus vertientes internacional, regional y nacional.

Contenidos mínimos:

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

02. y 06. Geografía Turística I y II: Ambos cursos profundizarán en los elementos geográficos más relevantes para la actividad turística (en lo nacional, regional e internacional), priorizando los enfoques de la Geografía Humana.

Contenidos mínimos:

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

03. y 07. Historia Regional I y II: A partir de una visión integradora, de escala supranacional, abordará el conocimiento de los procesos sociales desde la etapa pre-colonial, con énfasis en los aspectos culturales, y su traducción en modalidades que permitan conjugar la dimensión recreativa del turismo con la comprensión diacrónica de la realidad.

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

-Inserción internacional. Balanza de pagos y sus componentes. Acuerdos internacionales de comercio y de integración. Proteccionismo y librecambio, mercado cambiario y tipo de cambio.

05. 10. y 16. Inglés I, Inglés II, Inglés III Se desarrollarán gradualmente las destrezas lingüístico-discursivas básicas relacionadas con las cuatro macrohabilidades productivas y receptoras, con énfasis en la oralidad, que hacen a la comunicación cotidiana en el contexto de la especialidad, de manera que el futuro graduado cuente con los elementos necesarios que le permitan interactuar lingüísticamente en situaciones que hacen a su práctica profesional.

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

11. y 22. Portugués I - Portugués II: Se procurará especialmente alcanzar destrezas lingüístico-discursivas, especialmente las relativas a actos de habla idioma en portugués con referencia a los desempeños necesarios en la práctica profesional del graduado.

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

-Análisis socio-económico

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

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

- Plan de negocios en turismo
- Estrategias de comercialización

-Mercado: investigación de mercado (técnicas de investigación, identificación de oportunidades, análisis de la demanda actual y futura). Segmentación del mercado. Mercado Meta.

-Consumidor y Cliente. Estudios de comportamientos de compras y post-compra.

-Comunicación del Producto: promoción y publicidad.

-Precios: políticas, estrategias, fijación de precios (métodos).

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

Contenidos mínimos:

-La evolución de la sociología

-La sociología como ciencia

-La vida urbana moderna. Lo global y lo local.

-La sociología del ocio

-La perspectiva social en el estudio del tiempo libre

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

Contenidos mínimos:

-Componentes básicos de la interacción comunicativa

-Bases epistemológicas de la comunicación como ciencia y modelos teóricos de la comunicación

-La comunicación como instrumento de gestión de las organizaciones turísticas

-Estudio y planificación de la comunicación turística

20. Estadística II: Introducir al estudiante en el análisis de datos secundarios, su relevancia para el área del turismo. Sistemas de información útil a la actividad turística públicos y privados, en Uruguay y en Argentina. Características principales de los

datos proporcionados por estos y análisis estratégicos factibles para el desempeño de la actividad profesional en el campo del turismo.

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

24. y 27. Teoría del Turismo I y II: Proporciona el proceso de conceptualización del turismo, a través de la identificación de sus límites teóricos. Permite al estudiante desarrollar una concepción global de la recreación y el turismo como un fenómeno cultural complejo vinculado a la presencia y uso del tiempo libre que influye y recibe influencias del contexto institucional y socioeconómico.

Contenidos mínimos:

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

25. y 28. Organizaciones Turísticas I y II: Proporciona la terminología básica, documentación, registro y formas de operar de las instituciones y /o empresas prestadoras de servicios de todos los sectores turísticos. Permite comprender la problemática de los mismos así como lograr la capacidad para generar propuestas creativas y de impacto nacional y regional.

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

30. y 34. Seminario I y II: El espacio está destinado a indagar en las particularidades y características propias de las diversas alternativas que hacen al turismo. Por medio de una metodología de investigación, el estudiante profundizará en la problemática específica de un área o tipo de actividad que contribuya a nutrir este campo de estudio.

Se deberá aprobar dos Seminarios los que versarán sobre algunas de las temáticas que, a modo de ejemplo, se detallan a continuación:

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

9) Conservación del Patrimonio Turístico

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

Contenidos mínimos:

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

32. Gestión de Organizaciones Turísticas: Permite que el estudiante adquiera conocimientos relativos a la planificación, gestión y control de empresas turísticas, con especial énfasis en la administración de recursos humanos. Asimismo, se realizarán análisis de las pymes turísticas y la organización turística pública.

Contenidos mínimos:

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

33. y 35. Productos Turísticos I y II: Permite que el estudiante adquiera el conocimiento y caracterización de los productos de Argentina y Uruguay, que resultan fundamentales en la implementación de diagnósticos, políticas turísticas y programas de acción. Aporta la capacidad de implementar y/o evaluar productos turísticos de altos componentes diferenciadores teniendo en cuenta la calidad, diversidad, singularidad y autenticidad del producto.

Contenidos mínimos:

- Oferta turística de Argentina y Uruguay. Regionalización.

-Potencialidades turísticas de ambos países para generar productos con componentes diferenciadores (calidad, diversidad, singularidad y autenticidad)

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

Contenidos mínimos:

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

37. Taller de Investigación: El estudiante orientado por el docente a través del trabajo de taller, deberá construir su proyecto de tesina de grado, para quedar en condiciones de iniciar, o continuar ese trabajo bajo los parámetros científicos. Es la instancia de articulación de todos los conocimientos y destrezas adquiridas durante los cursos anteriores. Las prácticas de las rutinas del trabajo de investigación son lo central en este taller: leer, elaborar, observar, analizar, etc. son actividades a encarar por el estudiante durante este curso.

Contenidos mínimos:

- Diseño y proyecto de investigación
- Técnicas de investigación
- Informe de investigación
- Criterios para la comunicación de los resultados

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

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

III. PLAN DE ESTUDIOS DE LA TECNICATURA EN TURISMO

a. Denominación de la Carrera

“TECNICATURA EN TURISMO”

b. Características

- b.1) Nivel: Carrera de Corta duración
- b.2) Título a otorgar: Técnico en Turismo
- b.3) Categoría del Título a Otorgar: Nivel Técnico
- b.4) Duración: A término
- b.5) Modalidad: Presencial

c. Propósitos Generales

Teniendo en cuenta los fundamentos expresados, es propósito general de esta carrera responder a demandas de capacitación sistemática de recursos humanos para el desempeño en el área de turismo, actividad económica y social que se perfila con potencialidades en el desarrollo regional y en su dimensión socioeducativa.

En este marco, se propone formar técnicos, que conociendo fundamentos teóricos, sean capaces de interpretar proyectos, aplicar técnicas y metodologías y realizar operaciones concretas y específicas en el área turismo.

d. Organización del Plan de Estudios

Las estructura del Plan tomando en cuenta las diferentes asignaturas responde a la siguiente distribución por áreas:

- Asignaturas que contemplan conocimientos específicos a la formación en turismo: Introducción al Turismo, Geografía Turística I y II, Sociología del Turismo, Patrimonio Cultural, Ecología y Medio Ambiente, Taller de Proyectos y Pasantía.
- Asignaturas que contemplan conocimientos generales de las ciencias sociales y humanas: Introducción a la Economía, Legislación Turística, Historia Regional I y II, Antropología Social y Cultural y Comunicación.

-Asignaturas que contemplan conocimientos instrumentales:

1) las referidas a habilidades y destrezas profesionales (Administración General, Gestión de Comercialización, Planificación Turística y Marketing Turístico); 2) las referidas a habilidades y destrezas académicas (Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales y Estadística); 3) Las referidas a conocimientos de idiomas (Inglés I, Inglés II, Inglés III, Portugués I y Portugués II)

e. Requisitos de ingreso

Para Uruguay:

- Tener aprobado Segundo Ciclo de Enseñanza Secundaria en cualesquiera de sus orientaciones,
- o poseer Título de Maestro,
- o ser Egresado del INET,
- o ser Egresado de UTU con nivel de Bachillerato.

Para Argentina:

- Tener aprobado el nivel medio, secundario o polimodal.

f. Asignaturas y otros requisitos para acceder al Título

Asignatura	Carga Horaria Total	Asignaturas comunes con Lic. en Turismo
Primer Semestre		
01 Introducción al Turismo	96 hs.	Sí
02 Geografía Turística I	96 hs.	Sí
03 Historia Regional I	48 hs.	Sí
04 Introducción a la Economía	96 hs.	Sí
05 Inglés I	48 hs.	Sí
Segundo Semestre		
06 Geografía Turística II	96 hs.	Sí
07 Historia Regional II	96 hs.	Sí
08 Administración General	96 hs.	Sí
09 Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales	96 hs.	Sí
10 Inglés II	48 hs.	Sí

Tercer Semestre

11	Portugués I	48 hs.	Sí
12	Legislación Turística	96 hs.	Sí
13	Planificación Turística	96 hs.	Sí
14	Gestión de Comercialización	48 hs.	Sí
15	Estadística	48 hs.	Sí
16	Inglés III	48 hs.	Sí

Cuarto Semestre

17	Marketing Turístico	48 hs.	Sí
18	Sociología del Turismo	96 hs.	Sí
19	Comunicación	48 hs.	Sí
20	Pasantía	48 hs.	No
21	Antropología Social y Cultural	96 hs.	Sí
22	Portugués II	48 hs.	Sí

Quinto Semestre

23	Patrimonio Cultural	96 hs.	Sí
24	Taller de Proyectos	96 hs.	No
25	Ecología y Medio Ambiente	96 hs.	Sí

g. Duración de la Carrera

g.1.)Resumen Carga Horaria

Semestre	Total Semanal	Total Semestre	Total del Año	Acumulado
1	24	384	816	816
2	27	432		
3	24	384	768	1584
4	24	384		
5	18	288	288	1872

g.2.) Totales por Asignaturas, Semestres y Años

Asignatura	Horas Sem.	Total 1 Asig	Total 1 Sem.	Total Sem.	Total Anual
		.			

Primer Semestre

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

Segundo Semestre

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

Tercer Semestre

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

Cuarto Semestre

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

Quinto Semestre

23	Patrimonio Cultural	6	96			
24	Taller de Proyectos	6	96			
25	Ecología y Medio Ambiente	6	96	18	288	288

Total de horas de la carrera

1872

h. Régimen de Correlatividades

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

Primer Semestre

01	Introducción al Turismo	No Tiene
----	-------------------------	----------

02	Geografía Turística I	No Tiene
03	Historia Regional I	No Tiene
04	Introducción a la Economía	No Tiene
05	Inglés I	No Tiene

Segundo Semestre

06	Geografía Turística II	01-02
07	Historia Regional II	01-03
08	Administración General	No tiene
09	Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales	No tiene
10	Inglés II	05

Tercer Semestre

11	Portugués I	No tiene
12	Legislación Turística	No tiene
13	Planificación Turística	01-04-08
14	Gestión de Comercialización	01-08
15	Estadística	No tiene
16	Inglés III	05-10

Cuarto Semestre

17	Marketing Turístico	01-04-08-14
18	Sociología del Turismo	01-03-07
19	Comunicación	01
20	Pasantía	1 a 5
21	Antropología Social y Cultural	01-09
22	Portugués II	11

Quinto Semestre

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

i. Perfil del Técnico en Turismo

El Técnico en Turismo recibe una formación específica del sector turismo relativa a historia regional, geografía turística, legislación y planificación turística, idiomas, comercialización y de asignaturas que, cimentando una dimensión socioeducativa, permiten su aplicación práctica tomando en cuenta las perspectivas que presenta la

actividad. Asimismo, el Técnico en Turismo está capacitado para integrar equipos de trabajo, realizar funciones administrativas y comerciales, tanto en entes públicos como privados.

j. Alcances del Título

El técnico en turismo estará capacitado para:

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

k. Forma de evaluación

La evaluación se realizará por asignatura, unificándose las modalidades de ambos países.

l. Descripción sintética de las asignaturas del Plan

01. Introducción al Turismo: proporciona el concepto y significado del turismo, así como su historia, con especial énfasis en la región. Considera la evolución del sector turismo en sus vertientes internacional, regional y nacional.

Contenidos mínimos:

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

02. y 06. Geografía Turística I y II: Ambos cursos profundizarán en los elementos geográficos más relevantes para la actividad turística (en lo nacional, regional e internacional), priorizando los enfoques de la Geografía Humana.

Contenidos mínimos:

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

03. y 07. Historia Regional I y II: A partir de una visión integradora, de escala supranacional, abordará el conocimiento de los procesos sociales desde la etapa pre-colonial, con énfasis en los aspectos culturales, y su traducción en modalidades que permitan conjugar la dimensión recreativa del turismo con la comprensión diacrónica de la realidad.

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

-Crecimiento y desarrollo. Mercados, distintos enfoques. Producción, factores productivos, productividad, costos, demanda. Determinación de los precios. Producto Nacional. Estructura económica y sistemas económicos. El rol del sector público en la economía. Estrategias, enfoques e indicadores de desarrollo.

-Desarrollo tecnológico. Conceptualización. Sistema nacional/regional de innovación. Características del desarrollo tecnológico. Causas y consecuencias.

-Población, trabajo, condición de actividad económica. Instrumentos estadísticos.

-Inserción internacional. Balanza de pagos y sus componentes. Acuerdos internacionales de comercio y de integración. Proteccionismo y librecambio, mercado cambiario y tipo de cambio.

05. 10. y 16. Inglés I, Inglés II, Inglés III Se desarrollarán gradualmente las destrezas lingüístico-discursivas básicas relacionadas con las cuatro macrohabilidades productivas y receptoras, con énfasis en la oralidad, que hacen a la comunicación cotidiana en el contexto de la especialidad, de manera que el futuro graduado cuente con los elementos necesarios que le permitan interactuar lingüísticamente en situaciones que hacen a su práctica profesional.

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

-Aspectos conceptuales de la administración

-Tecnologías para la gestión de organizaciones

-Las organizaciones: la estructura, el personal, la gestión del conocimiento, la responsabilidad social.

-El proceso administrativo: planeamiento, gestión y control.

-El contexto local, regional (en particular, el Mercosur), e internacional

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

Contenidos mínimos:

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

11. y 22. Portugués I - Portugués II: Se procurará especialmente alcanzar destrezas lingüístico-discursivas, especialmente las relativas a actos de habla idioma en portugués con referencia a los desempeños necesarios en la práctica profesional del graduado.

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

- Componentes básicos de la interacción comunicativa
- Bases epistemológicas de la comunicación como ciencia y modelos teóricos de la comunicación

- La comunicación como instrumento de gestión de las organizaciones turísticas
- Estudio y planificación de la comunicación turística

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

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

Contenidos mínimos:

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

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

Contenidos mínimos:

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

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

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

Contenidos mínimos:

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