



RESOLUCIÓN CS Nº 125 / 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA CONSEJO SUPERIOR

Av. Bolivia 5150 – 4400 - Salta
Correo Electrónico: consejo.superior@unsa.edu.ar

“1983-2023-40 años de Democracia en Argentina”

SALTA, 14 de abril de 2023

Expediente Nº 6808/22.-

VISTO las presentes actuaciones y, en particular la Resolución CD ECO Nº 121/23, por la cual el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales solicita la creación de la carrera de LICENCIATURA EN GESTIÓN INTEGRAL DE TURISMO, Sede Salta y aprueba el Plan de Estudio respectivo, y

CONSIDERANDO:

Que dicho acto administrativo surge de la propuesta formulada por el Sr. Decano de la citada Facultad Mg. Miguel Martin Nina, donde participaron en el análisis y discusión las Mg. Carolina Mercado de Echazú, Lic. Karina Albarracín, Lic. Cecilia Lovaglio, los Directores de Carreras de grado en funcionamiento; docentes responsables de asignatura en las carreras de grado: Licenciatura en Administración, Contador Público Nacional, graduados, alumnos, personal en gestión de la carrera de pregrado: Técnico Universitario en Gestión de Turismo y Secretarios de la mencionada Facultad.

Que dicha Unidad Académica ha implementado la carrera de pregrado mencionada, en la extensión áulica Cafayate, lo que ha permitido recoger experiencia en el área y captar la necesidad de establecer la carrera de grado correspondiente.

Que la Carrera de grado presenta los siguientes objetivos Generales y Específicos:

Objetivos Generales

1. Desarrollar saberes, aptitudes y actitudes acordes a las actividades para las que habilita el título profesional en forma eficaz, ética y socialmente responsable.
2. Propiciar la incorporación de valores incluyendo la perspectiva de género y diversidad que permitan su inserción en el medio social.
3. Propiciar la participación responsable y solidaria en el ámbito público, privado y académico, comprometido con el desarrollo sostenible de las organizaciones turísticas.
4. Alcanzar una sólida formación que le permita transitar las diferentes áreas disciplinares propias de la actividad y participar de espacios inter y transdisciplinario.
5. Propender al aprendizaje autónomo, continuo y crítico en el marco de las nuevas realidades sociales y de conocimiento.

Objetivos Específicos

- a) Formar a los futuros licenciados en turismo para la planificación, organización, dirección, evaluación y control de organizaciones, empresas y/o investigaciones en el ámbito turístico, que colaboren al desarrollo sustentable de la región.
- b) Dotar a los futuros profesionales de conocimientos estratégicos y operativos para el manejo de procedimientos para la gestión del sector turístico en el ámbito público y privado.
- c) Generar en los egresados carácter reflexivo y pensamiento crítico acerca del quehacer turístico local, pero con una mirada internacional y transversal del turismo.

Que a fojas 105/106 y fs.163 obra intervención por parte de la Secretaria Académica de esta Universidad, dejando constancia que no encuentra objeciones a la propuesta presentada.

Expte. Nº 6808/22.-

Pág. 1/2.-



RESOLUCIÓN CS N° 125 / 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA CONSEJO SUPERIOR

Av. Bolivia 5150 – 4400 - Salta
Correo Electrónico: consejo.superior@unsa.edu.ar

“1983-2023-40 años de Democracia en Argentina”

Que el Artículo 113, inc. 6) del Estatuto Universitario establece que es atribución de los Consejos Directivos aprobar los proyectos de planes de estudio de las carreras de grado y posgrado y sus modificaciones y elevarlos al Consejo Superior para su ratificación.

Que conforme a lo dispuesto por el Artículo 100, inc. 8) – primer párrafo – del Estatuto de esta Universidad, es atribución del Consejo Superior crear o modificar, en sesión especial convocada al efecto y con el voto de los dos tercios de los miembros presentes, las carreras universitarias de grado y posgrado, a propuesta de las Facultades.

Por ello, y atento a lo aconsejado por la Comisión de Docencia, Investigación y Disciplina, mediante Despacho N° 84/2023 modificado, en el sentido de identificar como Plan de Estudio 2024 al aprobado por la Facultad referida,

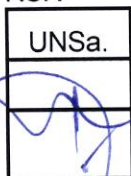
EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA
(en su 3° Sesión Especial del 13 de Abril de 2023)
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Crear la carrera de grado de: **LICENCIATURA EN GESTIÓN INTEGRAL DE TURISMO**, a dictarse en el ámbito de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales – Sede Salta.

ARTÍCULO 2º.- Ratificar la Resolución CD ECO N° 121/23 del Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales, aprobatoria del Plan de Estudio de la citada carrera (identificado como Plan de Estudio 2024) y cuyo texto obra como ANEXO I a la presente.

ARTÍCULO 3º.- Comunicar con copia a: Facultad de Ciencias Económicas, Dirección de Control Curricular y Secretaría Académica. Cumplido, siga a la Facultad de Ciencias Económicas a sus efectos. Asimismo, publicar en el boletín oficial de esta Universidad.-

RSR



CORA PLACCO
SECRETARIA CONSEJO SUPERIOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA

Cr. NICOLÁS A. INNAMORATO
VICERRECTOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA



ANEXO

LICENCIATURA EN GESTIÓN INTEGRAL DE TURISMO
PLAN DE ESTUDIO 2024

I. INTRODUCCIÓN

En la Extensión Áulica Cafayate, de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de Salta, se dicta la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo desde el año 2014.

El actual Plan de Estudios 2014, aprobado por Resolución CDECO Nº 238/14, por Res. CS Nº 521/13 y Resolución Ministerial Nº 1789/15; es un plan que requiere actualización, atento a que, en el año 2020, tras la crisis sanitaria mundial, se transformaron los escenarios de producción y prestación de servicios; quedando muchos de los métodos operativos impartidos desactualizados.

Ante ello y, para atender la necesidad de reforzar la oferta académica de formación de recursos humanos calificados de la Facultad, se procedió a iniciar tareas para la creación del plan de estudio de la carrera de grado **Licenciatura en Gestión Integral de Turismo** de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de Salta para que se dicte en Sede Central Salta.

II. FUNDAMENTACIÓN PARA LA CREACIÓN DE LA CARRERA

Potencialidad Geográfica

La provincia de Salta está ubicada estratégicamente en el Noroeste de la República Argentina, limita con 6 (seis) provincias y 3 (tres) países. Al norte con Jujuy y Bolivia, al este con Chaco, Formosa y Paraguay, al sur con Tucumán y Santiago del Estero y al oeste con Catamarca y Chile. La población total según las proyecciones del INDEC para 2022 es de aproximadamente 1.450.000 habitantes. Tiene una superficie total de 155.488 km².

Desde el punto de vista geográfico la provincia cuenta con 4(cuatro) regiones definidas: Puna, Cordillera Oriental, Sierras Subandinas y Chaco Salteño.

Por su extensión y debido a la peculiar distribución de su territorio, posee una gran variedad climática y fitogeográfica, lo que la distingue en cuanto a sus recursos naturales y culturales esenciales para el desarrollo del turismo.

Desde el punto de vista político la capital es la Ciudad de Salta con aproximadamente 720.000 habitantes. La provincia se divide administrativamente en 23 departamentos, subdividido en 60 municipios.

Por su posición geográfica es el nudo de comunicaciones viales entre el Norte Chileno, y Brasil conformando un Corredor Bioceánico, que conecta el Océano Atlántico con el Océano Pacífico a través de las rutas nacionales Nº 16, 34/9 y 51. Por otro lado, las zonas limítrofes de Bolivia, Paraguay y Chile conectan desde el sur del país por las rutas nacionales Nº 81 y 9/34.



Potencialidad Política y Turística

En Salta el turismo se convirtió en una política de estado desde que la Ley Provincial de Turismo 7045, lo declarara en 1999. Desde ese momento una serie de acciones contundentes posicionaron a Salta en el mercado turístico situando la provincia como uno de los ocho (8) destinos principales de la Argentina según datos oficiales del Ministerio de Turismo y Deporte (2022). La idea de fomentar el turismo receptivo se fortaleció gracias a la marcada capacidad de este último para generar puestos de trabajo y reducir el índice de pobreza.

Cuando se iniciaron las acciones de fomento turístico se potenció como una actividad económica de interés prioritario.

La Provincia de Salta tiene una temporada baja casi inexistente; ya que se consolidó como el destino nacional de la temporada invernal, por su clima cálido y por sus diáfanos cielos; mientras que, en la época estival, de octubre a marzo, es el destino elegido por el turismo internacional, por la belleza de sus formas naturales.

Salta, no solo ha logrado fama internacional por sus atractivos y la gestión exitosa de la actividad turística; también lo ha hecho por la eficiencia de las estrategias de posicionamiento y comercialización.

Si de estrategias se trata, Salta es una marca registrada, para lo que se utilizó un logo tipográfico, sencillo, basado en el color bordo del famoso poncho salteño con el anclaje de Argentina para trabajar en su promoción internacional, lleva un slogan que define bien a Salta, "Tan linda que enamora" es una re-significación del popular "Salta la linda". "Que enamora" hace referencia además de los atractivos turísticos, a la fuerte fidelidad de destino que tiene Salta. Más del 50 % de los turistas que la visitan, vuelven a visitarla.

En cuanto al mercado laboral de turismo, la competitividad es fundamental para el desarrollo sostenible de las regiones, en especial de aquellas donde el turismo es uno de los componentes generadores de divisas. La competitividad se analiza a partir de las características de los destinos turísticos, en lo que concierne a sus atractivos naturales e históricos, su gestión, organización, información, capital humano y facilidad de acceso. Competitividad que solo se logra profesionalizando el campo laboral.

El trabajo que inició en 1998 desde que se declarara el turismo como política de estado, redondo en acciones que se tradujeron como sigue:

- de 338.000 en 1996 a 1.817.968 arribos anuales.
- de 198 establecimientos hoteleros registrados en 1998 a 526 con 21.317 plazas hoteleras en 2019.

En el año 2017 el aeropuerto de la ciudad capital ya era el sexto en el país en cantidad de movimiento de aeronaves, incluido el de Ezeiza, y 1º en la Región Norte.

Los datos desagregados muestran que en el año 2007 un 3 % de viajeros eran extranjeros y un 77 % nacionales. Para el año 2019, los extranjeros representan, a octubre, el 19 %.

En 2007 se registraba un total de treinta y seis (36) frecuencias semanales, mientras que, al mes de octubre 2019, las nueve (9) compañías aéreas que realizan vuelos regulares concretan, según la época del año, entre ciento dieciocho (118) y ciento veinte (120) frecuencias



semanales.

Actualmente Salta recibe vuelos directos desde seis (6) ciudades de Argentina e internacionales a través de tres (3) de los principales hub de América Latina: Ezeiza, Lima y Panamá. Este salto cuantitativo exigió saltos cualitativos en la logística de pasajeros. Multiplicar por 2,7 veces el número de personas arribadas requirió, y aún necesita, mejoras en el aeropuerto; pero también en los servicios de taxis, remises, buses de excursiones, rentadoras de autos, informantes y, con ellos, se dinamiza toda una cadena de valor local que redundaría en más empleo, más autoempleo y mayores ingresos económicos.

La Ruta Natural es el programa más reciente de recuperación de la actividad turística, define diecisiete (17) rutas naturales en todo el país y cada una de éstas, es una región diferente con destinos, aventuras y experiencias por descubrir, tal como la página promocional lo define. Salta posee ocho (8) de las diecisiete (17) rutas naturales.

Necesidad de formación de recursos humanos altamente capacitado en Turismo

Si bien es cierto, la dinámica de crecimiento de la actividad fue acelerada; el capital humano capacitado es escaso. Mucho tiene que ver el que se considere a la actividad netamente comercial y económica, sin tomar en cuenta que es un fenómeno social sin precedentes y que la falta de planeación, ordenamiento y dirección traen caos y destrucción de los recursos considerados como bienes atractivos.

El profesional de turismo es quien vela y regula por la sustentabilidad y sostenibilidad de una actividad tan preciada.

La educación superior en Turismo es nueva. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo – OMT (1997) la educación superior universitaria es, sobre todo, una responsabilidad gubernamental, ya que se enlaza directamente con los objetivos macroeconómicos de carácter cívico, de empleo y educación (Ramírez, 2000; Kaufmann, 1996 Y Beni, 1998).

"Puntualmente, la preparación volcada hacia el turismo, [...] debe constituir una parte de la responsabilidad cívica de los ciudadanos. Es deseable que los gobiernos apliquen por ellos mismos los medios de educación y de información de que disponen y que faciliten la acción de las personas físicas y de las entidades que se dedican a esta tarea (OMT, Declaración del Turismo de Manila, 1980: s/p)."

La inversión en formación, es decir, en capital humano, representa una alternativa rentable a medio y largo plazo, puesto que permite afrontar mejor los retos tecnológicos y productivos.

"La Organización Mundial del Turismo considera que la calidad del sector turístico está fundamentada, en gran medida, en el capital humano calificado y motivado con especial énfasis en su capacidad creativa, en su habilidad y dominio de tecnologías emergentes como en el uso de nuevos procesos y formas organizativas."

Tanto las tendencias internacionales como las condiciones locales de la actividad turística dan claras muestras de la necesidad de la apertura de una nueva carrera de turismo en el nivel superior universitario y público que atienda a las necesidades insatisfechas en el sector turístico como en los deseos de la población estudiantil de continuar sus estudios en el nivel universitario.

En las últimas décadas, se han producido algunos cambios en el sector turístico que



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA
SECRETARIA DEL CONSEJO
SUPERIOR

Av. Bolivia 5150 – 4400 - Salta
Correo Electrónico: consejo.superior@unsa.edu.ar

"1983-2023 40 años de democracia en Argentina"

afectan tanto a la estrategia empresarial como a la estructura del propio sector y que constituyen cambios muy positivos de cara a la obtención de mejoras en la productividad.

Según la Organización Mundial del Turismo, los más relevantes son:

- a) Concentración vertical y horizontal. La diversificación de actividades y la mayor concentración permiten hacer frente a una demanda más amplia, un ajuste en las capacidades por ramas de actividad, etc. En definitiva, puede contribuir a un mejor ajuste de las inversiones a las necesidades de las empresas y hacer frente a una demanda más diversificada y segmentada.
- b) La especialización. La especialización de los establecimientos permite una mayor diversificación de los productos y servicios ofrecidos. Puede contribuir a reducir el coste de la mano de obra y de la energía en los mismos, al tiempo que pueden obtenerse buenos resultados al ajustar mejor los servicios a las preferencias de los clientes.
- c) Cambios en las técnicas de comercialización. Las técnicas de comercialización o marketing permiten aproximar el producto al cliente, prestando atención a las características y perfiles de los clientes potenciales, para ajustar la oferta a sus necesidades y preferencias.
- d) Cambios en las estructuras sociales.
- e) Asociaciones de Empresas. Permite aunar esfuerzos para poder disponer de determinados servicios que resultan excesivamente costosos para una sola empresa, especialmente para las de tamaño pequeño y mediano.
- f) Subcontratación de servicios. La subcontratación de servicios especializados es cada vez más importante, por ejemplo, en la restauración colectiva y en la limpieza industrial. La subcontratación permite resolver las carencias en la cualificación del personal para atender estos servicios y adecuar las inversiones de las empresas. Así, por ejemplo, ante aumentos extraordinarios o no previstos en la actividad la subcontratación de servicios informáticos o de otro tipo permitiría hacer frente a las necesidades de personal.

Potencialidad Institucional

Habiendo descrito las ventajas de localización de la provincia de Salta, su posición geográfica y las gestiones realizadas desde el ámbito público la denominan como un centro distribuidor turístico. La oferta educativa de grado más cercana en términos geográficos que se desprende de una Universidad pública se encuentra localizada en las extensiones áulicas de Humahuaca y El Carmen en Jujuy; (RESOLUCIÓN C.S. Nº 0334-15) localidades distantes de la misma capital jujeña, por ende, más distante aún de los habitantes de la Región NOA. Esta carrera depende de la Facultad de Humanidades y fue creada en pos de generar profesionales capaces de gestionar el patrimonio natural y arqueológico de la Provincia de Jujuy con base en a Declaración de Patrimonio Cultural y Natural de la Humanidad de la Histórica Quebrada de Humahuaca por la UNESCO en el año 2003. A la fecha no hay egresados.

En Salta, la oferta educativa del nivel superior provincial, que se encuentra en proceso de actualización y re funcionalización, solo forma técnicos en turismo quienes deben buscar las articulaciones en otras universidades del país para acceder a la titulación de grado. (Res. Min.

ep/



Nº 4256-06).

La Universidad Católica de Salta (UCASAL) es parte de la oferta Universitaria privada que ofrece la provincia de Salta desde una carrera que depende de la Escuela Universitaria de Turismo (RR1955/17) actualizada en 2019; con un marcado perfil empresarial para el ámbito privado.

En Tucumán la Universidad Nacional Santo Tomás de Aquino (UNSTA), también es una oferta universitaria privada y propone la Licenciatura en Turismo desde la Facultad de Economía (RNº 1553-06) con un marcado perfil empresarial tanto público como privado.

Catamarca solo tiene educación superior provincial en turismo y Santiago del Estero desde la Universidad Católica Santiago del Estero (UCSE), es también una oferta privada; tiene los trayectos de formación de la licenciatura tanto virtual como presencial en la Facultad de Económicas.

La ratio de universidades públicas con titulación de grado en turismo/cantidad de habitantes en la región, calculado sobre las provincias de Salta, Jujuy, Tucumán, Santiago del Estero y Catamarca, revela que hay una (1) universidad pública por cada 1.467.802 habitantes, lo que es un claro indicador de la necesidad de una oferta educativa nueva para la región.

El potencial estudiante de la Licenciatura en Gestión Integral de Turismo

- En la provincia de Salta, sobre datos del año 2022, existen alrededor de 350 establecimientos del nivel secundario entre públicos y privados, estructurados en 11 orientaciones, donde la economía y la administración alcanza el 22.1% de los bachilleres. En lo que respecta a Salta capital la cantidad de bachilleres relacionados a la economía y empresariales es de 36 (25.9%) y turismo es de 4 (2.5 %).
- De acuerdo a un análisis de elaboración propia de la oferta de ingreso estudiantil, se identificaron 1640 potenciales estudiantes del área del turismo y de economía que podrían continuar sus estudios en la Licenciatura¹.
- Se identificaron alrededor de 800 potenciales estudiantes de pregrado de carreras de empresariales del Nivel Superior No universitario (mercado estratégico), para lo cual será necesario prever mecanismos de articulación entre las Instituciones de origen y esta Facultad.
- Los datos referencian una masa crítica de potenciales estudiantes de 2440. Cabe aclarar que esta cifra no contempla los egresados técnicos de establecimientos privados con titulación propia.
- De las encuestas realizadas a los egresados de carreras de pregrado, se identificaron necesidades formativas asociadas a: Tecnologías aplicadas al turismo, formación emprendedora, administrativa y de gestión con bases en herramientas y conocimientos de costos, economía y finanzas, planificación estratégica y de destinos e idiomas.

A lo antedicho, se debe agregar a los potenciales estudiantes de las carreras de

¹ Datos desprendidos de la Dirección de Educación Superior de Salta del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Provincia.

ep,



Licenciatura en Administración, Contador Público Nacional y Licenciado en Economía de esta Facultad, que compartiendo asignaturas con esta propuesta, le permitirá tener una movilidad horizontal de cursado.

Por otro lado, se debe recordar que la misión de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de Salta es “educar a personas desde una perspectiva ética, generar y transferir conocimientos a la sociedad en el ámbito de las Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales, para la formación integral de graduados profesionalmente competentes y socialmente responsables, contribuyendo al pluralismo y diversidad de ideas en la construcción de sociedades libres, sustentables, prósperas y justas” en concordancia total con las bases de la Universidad Nacional de Salta.

En este sentido la Licenciatura en Gestión Integral de Turismo aportaría un profesional innovador, líder y competitivo al mercado laboral y a la sociedad salteña toda, con los valores de la visión de esta Facultad.

I. **ACTIVIDADES REALIZADAS PARA EL DISEÑO DEL PLAN DE ESTUDIO**

Con el objeto de cubrir todos los puntos de vista para la creación del Plan de Estudios de la Licenciatura en Gestión Integral de Turismo (LT)– 2024 se realizó el siguiente análisis:

a) **Análisis Profesional y Laboral**

- i) Encuestas a Docentes, graduados y alumnos de la carrera de pregrado Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo de la Universidad Nacional de Salta.
- ii) Reuniones (*Focus Group*) a referentes profesionales del sector turístico: Ministerio de Turismo y Deportes de la provincia de Salta (MINTUR), Secretaria de Cultura y Turismo de la Ciudad, Direcciones de Turismo del Interior de la Provincia, Intendencia de Parque Nacional Los Cardones (PNLC), Cámara de Turismo de Salta, Asociación de Hoteles de Turismo (ATH), Cámara de Hoteles, bares y Afines; Asociación de Profesionales de Turismo de Salta (APROTURS), Asociación de Operadores de Turismo Activo (ADOPTA), Cámara de Turismo de San Lorenzo, Circulo de Guías de Turismo de Salta, Referentes de Turismo Rural Comunitario (TURU YACO)
- iii) Encuestas a egresados de las carreras de turismo del nivel de educación superior no universitarios de la provincia y de la UCASAL.

b) **Análisis Legal, Regulatorio**

- i) Áreas y Actividades de incumbencia de Licenciado en Gestión Integral de Turismo según la Ley Nacional de Turismo 25997, la Ley Provincial de Turismo 7405 y la Ley de Agencias de Viajes 18829.
- ii) Actividades reguladas

c) **Análisis del entorno Académico**

- i) Publicaciones Organización Mundial del Turismo (OMT) y Organización Internacional de Trabajo (OIT)
- ii) Planes de Estudios de carreras de Licenciaturas vinculadas al Turismo nacionales y extranjeros de Universidades públicas y privadas

ep,



- iii) Planes de Estudios de Postgrados vinculados con la temática Turismo.
- iv) Plan de estudios vigente de Licenciatura en Turismo de la Universidad Nacional de Jujuy, Universidad Nacional de La Rioja y la Universidad Nacional de La Plata.
- v) Comparativo con Planes de Estudio de la Licenciatura en Administración, Licenciatura en Economía y de la Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo de la Universidad Nacional de Salta.
- vi) Disposiciones para la elaboración de la Currícula Universitaria

III.2. Resultados del análisis

En síntesis, considerando:

- La posición geográfica de la Provincia de Salta, constituyéndose como un polo turístico fundamental para la región debido a su grado de conectividad nacional e internacional, como así también por su riqueza natural y autenticidad cultural.
- El compromiso asumido y sostenido por parte del gobierno provincial en cuanto al desarrollo de la actividad turística ordenada y planificada, y en donde el capital humano constituye uno de los pilares de la competitividad de la provincia.
- La imperiosa necesidad de la mejora en la formación del recurso humano en miras de un profesional que responda a los requerimientos actuales del mercado laboral.
- La escasa oferta educativa universitaria pública en turismo disponible en la región NOA
- El interés manifiesto por parte de los actores locales del sector (públicos y privados), de los estudiantes y egresados de las carreras técnicas del Nivel Superior No Universitario y de los egresados universitarios para que se implemente una nueva oferta educativa universitaria en el área de turismo.
- La existencia de un marco legal y regulatorio tanto en la actividad turística como en la Institución en la se origina la presente propuesta

Se llega a la siguiente conclusión:

Es factible la creación de una carrera de grado planificada para lograr un profesional que satisfaga la necesidad social y que puede insertarse favorablemente en un medio donde la actividad turística ofrece muchos polos de desarrollo.

Se necesita un plan de estudios orientado a lograr la optimización en la transmisión de conocimientos significativos. Se entiende por conocimientos significativos aquellos que satisfacen las necesidades del aprendizaje, permiten el acceso a la actualidad del avance científico tecnológico y a la comprensión de las demandas sociales. Los contenidos mínimos contemplan la flexibilidad necesaria para introducir con mecanismos simples, los cambios que el avance científico y tecnológico imponga. La duración de la carrera se pensó con base en la competitividad, los nuevos escenarios y las tendencias de los modelos educativos actuales.

Los contenidos programáticos deben ser organizados y estructurados para lograr una adecuada formación académica y personal, que redunde en el desempeño profesional óptimo para el requerimiento del mercado, pero además es necesario que promueva la adquisición de



conocimientos más duraderos y significativos. El sector turístico, en particular, requiere de un pensamiento reflexivo, analítico que le permita interpretar y contextualizar la información de manera participativa y dinámica, dada la multisectorialidad tan característica de la actividad. La calidad en el desempeño profesional, depende en gran parte de la capacidad de integración del pensamiento, la enseñanza y el aprendizaje; por lo que profundizar los conocimientos realmente significativos, lograría dotar al estudiante de herramientas fundamentales que desarrollen su capacidad creativa.

III. DISEÑO Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

A) Características- Consideraciones Generales

- 1) El plan de estudio a desarrollar debe prever que su dictado se realizará en Ocho (08) semestres.
- 2) El orden de las asignaturas se planteó con base en los tres saberes del aprendizaje por competencias, es decir: **saber, saber ser y saber hacer**. Este modelo educativo integral flexible (MEIF) se enfoca en el diseño de las experiencias educativas; los contenidos de los proyectos de cátedra, la didáctica; la evaluación de los aprendizajes y la actuación del docente como mediador de aprendizajes significativos centrados en el estudiante.
- 3) El diseño contempla una adecuación de las asignaturas, en sus contenidos y cargas horarias, a los estándares fijados para las carreras presenciales con una carga horaria presencial total de 2606 horas, de las cuales se prevé utilizar el formato mixto manteniendo presencial el 70.01% y virtual del 29.99 %.
- 4) Se ajustó y organizó la carga horaria haciendo distinción entre las diversas áreas de formación que permiten visualizar el aporte de conocimientos diversos que necesita el profesional del turismo y las prácticas profesionales con una adecuada distribución

del peso específico de cada área. Del análisis de la distribución del total de horas para el plan de estudios de LGIT se observa lo siguiente:



Áreas		Porcentaje
Formación en Gestión del Turismo	Introducción al Turismo Estructura del Mercado Turístico Geografía e Interpretación del Paisaje Interpretación del Patrimonio Cultural Servicios Gastronómicos Y Enológicos Servicios De La Hospitalidad I y II Agencias De Viajes I y II Estructuración De Productos Turísticos Organización de Eventos Operación de Productos de Turismo Activo Innovación en el Mercado Turístico Servicios de Transporte Planificación Estratégica de Destinos Turísticos Sistemas de Reserva aplicados al Turismo	35.46
Formación en Administración	Principios de Administración	3.22
Formación Económica	Economía	3.22
Formación Contable	Introducción a la Contabilidad Costos y Presupuestos	5.37
Formación en Matemáticas	Matemática Estadística	6.45
Formación Jurídica y Gestión Pública	Derecho Civil, Derecho y Legislación Turística Gestión Pública del Turismo	6.45
Formación en Finanzas	Administración Financiera Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos	4.30
Formación en Marketing Y Calidad Turística	Marketing Estratégico Turístico Marketing Operativo Turístico Gestión de Calidad en Turismo	6.45
Formación En Recursos Humanos	Gestión de Recursos Humanos	2.15
Formación en Tecnología de la Información	Tecnología y Comunicaciones en Turismo	2.15
Formación en Idiomas	Ingles I, II y III Portugués I, II, III	12.89
Seminarios Y Práctica Profesional	Ética Profesional Metodología de la Investigación Práctica Profesional Supervisada	7.59
Actividad Curricular Electiva I	Escritura Académica y Oratoria Competencias Actitudinales y Liderazgo	2.15
Actividad Curricular Electiva II	Plan de Negocios y Emprendimientos Turísticos Turismo Rural Comunitario Administración de Comunidades Virtuales	2.15

- 5) Se incorporan contenidos en relación con las habilidades blandas, requeridas en el estudio de mercado hecho, dada la necesidad de desarrollar los aspectos creativos del profesional.
- 6) El ingreso a la carrera deberá desarrollar temáticas relacionadas al turismo como actividad económica y fenómeno social; subrayar la importancia del mismo como política de estado y desglosar los campos de actuación para que el alumno reafirme su vocación.
- 7) La carga horaria de la actividad curricular "Materia Electiva" será de 56 horas que

OP



permitirá la selección de temáticas relacionadas a las diversas actividades en las que puede desempeñarse un profesional de turismo y complementen la formación del alumno.

B. CONSIDERACIONES PARTICULARES

El plan de estudios 2024 ha sido estructurado buscando una adecuada complementación entre los conocimientos teóricos y su aplicación práctica.

Se considera que la diversidad de áreas que lo integran otorga idoneidad al egresado para actuar en cualquiera de los campos que se relacionan específicamente con las incumbencias de la profesión.

Se ha puesto especial énfasis en las Áreas de Administración, Finanzas, Marketing, Recursos Humanos, Producción y Gestión de la Información, con el propósito de brindar al educando los conocimientos básicos y especializados necesarios para el adecuado ejercicio de su labor profesional, que se complementan con la pasantía prevista en el área de Práctica Profesional, mediante la cual se brinda al estudiante la posibilidad de aplicar los conocimientos y habilidades adquiridos durante la carrera mediante prácticas socio comunitarias y prácticas experienciales en todo tipo de organizaciones.

Asimismo, se incluyen asignaturas que abarcan conocimientos específicos de las empresas relacionadas al turismo y de la gestión pública de la actividad.

El Plan de Estudios comienza con un ciclo de asignaturas comunes con las carreras de Contador Público, Licenciatura en Administración y Licenciatura en Economía para luego avanzar sobre el ciclo profesional de la Licenciatura en Gestión Integral de Turismo.

a) CICLOS

- i) **Ciclo Básico de la Carrera:** Tiene por finalidad presentar a los estudiantes algunos de los conceptos fundamentales de las disciplinas que configuran las Ciencias Económicas, así como las herramientas matemáticas necesarias para su posterior profundización, y al mismo tiempo, introducirlos en las prácticas de aprendizaje y razonamiento propias de la vida universitaria, facilitando una elección de carrera más madura e informada.
- ii) **Ciclo Profesional:** Tiene por finalidad proporcionar al estudiante los conocimientos especializados, las habilidades que requiere para su eficiente desempeño en el campo profesional y las competencias profesionales.

b) ÁREAS

- i) **ÁREA DE FORMACIÓN EN GESTIÓN DEL TURISMO:**



- **Introducción al Turismo:** Brinda conocimientos de base relacionados a la teoría y técnica del turismo necesario para el abordaje del mismo desde el punto de vista disciplinar, sobre el cual construirá los posteriores conocimientos.
- **Estructura del Mercado Turístico:** Proporciona conocimientos básicos del mercado turístico y sus agentes, sus características e interrelaciones.
- **Geografía e Interpretación del Paisaje:** Brinda conocimientos de la disciplina geográfica, ya que constituye el espacio físico donde se desarrollan los productos turísticos y aborda la interpretación de la misma desde el punto de vista turístico, ya que son en sí mismo un recurso turístico base de la actividad.
- **Interpretación del Patrimonio Cultural:** Brinda conocimientos desde la disciplina histórica y patrimonial permitiendo identificarlos y desarrollarlos como productos, a la vez de realizar acciones de intervención en destinos de base cultural.
- **Servicios Gastronómicos y Enológicos:** Brinda conocimientos relacionados a la gestión de los servicios gastronómicos en todas sus variedades, y en especial atención al campo de la enología, dada la riqueza y potencialidad turística de este recurso.
- **Servicio de la Hospitalidad I y II:** Otorga conocimientos de gestión de las empresas de alojamientos y la hospitalidad y sus particularidades.
- **Agencias de Viajes I y II:** Otorga conocimientos relacionados a la gestión de las empresas de intermediación y sus relaciones comerciales.
- **Estructuración de productos turísticos:** Brinda conocimientos para la evaluación de la potencialidad turística en los territorios y su diagramación de circuitos. Así como la operación comercial y de logística responsable de los mismos
- **Organización de Eventos:** Proporciona conocimientos acerca de los eventos y su organización, realización y evaluación posterior, propios de la actividad turística.
- **Operación de Productos de Turismo Activo:** Brinda los conocimientos sobre las modalidades, actividades y técnicas aplicables al turismo Activo sus Riesgos y sobre los prestadores u operadores habilitados.
- **Innovación en el Mercado Turístico:** Incentiva el desarrollo del pensamiento creativo, la innovación. Proceso, técnicas y estrategias creativas y sobre la normalización de los procesos en Innovación y Desarrollo.
- **Servicios de Transporte:** Brinda conocimientos acerca de la logística y operatoria de las empresas de transportes y sus interrelaciones con otros sectores de la actividad.
- **Planificación Estratégica de Destinos Turísticos:** Otorga conocimientos de análisis y ordenamiento territorial en sus usos y desarrollo.
- **Sistemas de Reserva aplicados al Turismo:** Brinda los conocimientos sobre los sistemas de reservas en las empresas de intermediación y empresas de alojamiento. Sobre los portales de reservas, cancelaciones. Destinos inteligentes y Servicios de Información interactivos.



ii) **ÁREA DE FORMACIÓN EN ADMINISTRACIÓN:**

- **Principios de Administración:** Brinda los fundamentos de la teoría de la administración y sus diferentes enfoques, y el conocimiento de la naturaleza, principios y características de cada una de las funciones administrativas. Proporciona los conocimientos administrativos específicos y su aplicación en las diferentes áreas de actividad. Desarrolla en el estudiante las capacidades para el análisis de problemas y la búsqueda de soluciones que permitan adoptar decisiones para el logro de objetivos organizacionales.

iii) **ÁREA DE FORMACIÓN EN FINANZAS:**

- **Administración Financiera:** Otorga los conocimientos de la función financiera, sobre la estructura de financiamiento e inversiones, diagnósticos y gestión del capital de trabajo y control de la gestión financiera.
- **Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos:** Brinda conocimientos aplicativos para la formulación y evaluación de proyectos turísticos innovadores y sustentables, donde confluyen otros saberes del área económica, empresarial y general.

iv) **ÁREAS DE FORMACIÓN EN MARKETING Y CALIDAD TURISTICA**

- **Marketing Estratégico Turístico y Marketing Operativo Turístico:** Otorga los conocimientos necesarios de Estrategia y de Gestión para llevar a cabo operación de mercados turísticos, demanda turística, así como otras aplicaciones similares en administración de empresas turísticas.
- **Gestión de Calidad en Turismo:** Brinda conocimientos necesarios para la gestión de las empresas turísticas, desde una visión competitiva, considerando indicadores de calidad vigentes en el mercado turístico.

v) **ÁREAS DE FORMACIÓN JURÍDICA y GESTION PÚBLICA:**

- **Derecho Civil, Derecho y Legislación Turística y Gestión Pública del Turismo:** Brindan conocimientos sobre los principios jurídicos e instituciones básicas del derecho y función pública, que constituyen el contexto dentro del cual se desenvuelven las organizaciones y se diseñan los destinos turísticos, conocimientos necesarios en los que el profesional en gestión integral del turismo actúa.

vi) **ÁREA DE FORMACIÓN EN RECURSOS HUMANOS:**

- **Gestión de Recursos Humanos:** Otorga los conocimientos necesarios para llevar a cabo la gestión y operación de sistemas de recursos humanos, así como otras aplicaciones similares en administración de empresas turísticas.

vii) **ÁREA DE FORMACIÓN EN TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN:**

- **Tecnología y Comunicaciones en Turismo:** Aporta los conocimientos sobre las nuevas tecnologías de información y comunicación en la estructura del mercado turístico. Las



oportunidades y desafíos de las TIC. Sistemas de gestión aplicados a organizaciones de turismo.

viii) AREA DE FORMACIÓN ECONOMICA:

- **Economía:** Suministra los elementos formativos sobre los distintos enfoques de la teoría económica y los conocimientos necesarios para la comprensión, la interpretación y el análisis de los fenómenos económicos en general, sus interrelaciones y funcionamiento.

ix) ÁREA DE FORMACIÓN CONTABLE:

- **Introducción a la Contabilidad; Costos y Presupuesto:** Brindan las bases teóricas y los conocimientos prácticos que hacen a la problemática de la medición del patrimonio de un ente, sus componentes y los resultados de sus operaciones, con miras a la elaboración de presupuestos, obtención de información de gestión y tomar de decisiones.

x) ÁREA DE FORMACIÓN MATEMÁTICA:

- **Matemática:** Otorga una formación que permite desarrollar criterios lógicos para estructurar el razonamiento de manera metódica y sistemática, mediante la introducción del simbolismo lógico y las herramientas formales que permiten tratar la problemática que presentan los modelos representativos de la realidad en que deberá actuar el Administrador.
- **Estadística:** Proporciona las herramientas para construir e interpretar los modelos cuantitativos que representan la realidad en la que actúa el administrador.

xi) ÁREA DE FORMACIÓN EN IDIOMAS:

- **Inglés I, II, III y Portugués I, II, III:** Proporcionan conocimientos para la escritura y habla del idioma, indispensables para el turismo internacional. El inglés se encuentra entre los cinco idiomas más hablados en el mundo.

xii) SEMINARIOS Y PRÁCTICA PROFESIONAL

- **Ética Profesional:** Brinda conocimientos indispensables de los valores relacionados al ejercicio de la profesión en turismo.
- **Metodología de la Investigación:** Elabora, define y sistematiza el conjunto de técnicas, métodos y procedimientos para el desarrollo de un proceso de investigación.
- **Práctica Profesional Supervisada:** Constituye un espacio para la puesta en práctica pre profesional de los saberes aprendidos en las distintas materias.

xiii) ACTIVIDAD CURRICULAR ELECTIVA I

- **Escritura Académica y Oratoria; Competencias Actitudinales y Liderazgo:** Brindan al estudiante la posibilidad de cursar una asignatura de su elección para profundizar contenidos en habilidades necesarias en la profesión.

xiv) ACTIVIDAD CURRICULAR ELECTIVA II

- **Plan de Negocios y Emprendimientos Turísticos; Turismo Rural Comunitario y**



Administración de Comunidades Virtuales: Brindan al estudiante la posibilidad de cursar una asignatura de su elección para profundizar contenidos en habilidades específicas y actualizadas en la profesión.

El espacio de Práctica Profesional Supervisada se iniciará cuando el alumno tenga la formación y los conocimientos necesarios para poder enfrentarlo a situaciones similares a las que presenta el ejercicio profesional. Tendrá 200 horas mínimas de duración y su requerimiento será tener 33 asignaturas de las correspondientes al Plan de Estudios aprobadas y Ética Profesional y Seminario de Prácticas regulares.

IV. IDENTIFICACIÓN DE LA CARRERA

- a) **NIVEL:** Carrera de grado.
- b) **CARGA HORARIA:** 2606 horas.
- c) **MODALIDAD DE LA CARRERA:** Presencial
- d) **DURACIÓN:** 4 años.
- e) **NOMBRE:** LICENCIATURA EN GESTIÓN INTEGRAL DE TURISMO
- f) **TÍTULO:** LICENCIADO/A EN GESTIÓN INTEGRAL DE TURISMO

V. PERFIL DEL EGRESADO

El Licenciado en Gestión Integral de Turismo es un profesional con capacidad para crear, gestionar, asesorar, liderar y desarrollar organizaciones turísticas socialmente responsables, sustentables y creadoras de conocimiento. Cuenta con las competencias, aptitudes, habilidades, conocimientos y técnicas necesarias para hacer frente al ágil, complejo y siempre cambiante contexto turístico nacional e internacional.

Tiene un perfil integrador basado en la planificación estratégica, el diseño de la estructura organizacional, la transformación digital, la gestión del conocimiento, la gestión financiera, el análisis del comportamiento de los mercados turísticos, el desarrollo de los recursos humanos, la comunicación organizacional, las implicancias legales y éticas de las decisiones tanto políticas como administrativas y la gestión de la información para la toma de decisiones.

El Licenciado en Gestión Integral de Turismo está preparado para gestionar áreas tales como: Dirección General, Planeamiento y Control de Gestión, Finanzas, Marketing, Recursos Humanos, Tecnologías de la Información, Logística y Operaciones. Las funciones comprendidas en dichas áreas pueden ser desempeñadas tanto en los niveles estratégicos, tácticos y operativos de las organizaciones y destinos turísticos. Asimismo, está facultado para proyectar y desarrollar emprendimientos, realizar consultorías y/o asesoramiento interno y/o externo. El profesional desarrolla competencias tales como proactividad, creatividad, aprendizaje continuo, capacidad analítica, resolutiva y trabajo en equipos interdisciplinarios

VI. ALCANCES DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN GESTIÓN INTEGRAL DEL TURISMO

Los egresados Licenciado en Gestión Integral de Turismo tendrán los siguientes alcances entre otros:



- a) Planear, organizar, dirigir, controlar e integrar la gestión de empresas turísticas.
- b) Organizar y dirigir los procesos estratégicos y operativos, en la gestión administrativa, de marketing, de recursos humanos y financieros en la gestión integral de organizaciones turísticas del ámbito público y privado.
- c) Formular proyectos de inversión para el desarrollo de emprendimientos turísticos.
- d) Colaborar con los organismos públicos de turismo en la identificación y elaboración de estándares de calidad y ambientales aplicados al sector.
- e) Proyectar, evaluar, posicionar y comercializar productos turísticos, innovadores y sustentables en el ámbito público y privado.
- f) Investigar y analizar el mercado turístico para la toma de decisiones de gestión y planeamiento.

La ley Nacional N°18829/70, que regula la apertura de las Agencias de Viajes en Argentina, y el Decreto reglamentario N° 2182/72 que reglamenta las actividades de los agentes de viajes y turismo, organiza el registro de idóneos, mediante Resolución N°763/92, con el objeto de ordenar la puesta en funcionamiento de las agencias de viajes en Argentina y mantener información actualizada de ello.

En la Resolución N° 752/94 establece en su artículo 3 que las agencias de viajes deberán ser asistidas y representadas por el idóneo en todos los aspectos técnicos y turísticos que hagan a su desenvolvimiento.

La actividad de las agencias de turismo en Argentina según la ley mencionada y los decretos reglamentarios establecen que las empresas para poder actuar deberán acreditar una estructura funcional básica a un idóneo en turismo con título profesional obtenido en carreras específicas de turismo de nivel terciario o universitario oficiales o privadas, reconocidas por el Ministerio de Educación.

El idóneo será el representante técnico de la agencia, a la cual asiste y representa en todos los aspectos técnicos- turísticos, tanto en los deberes formales, asesoramiento e información al público, la elaboración de planes y circuitos, más sus respectivas promociones. Se presume que toda promoción, publicidad y contratos efectuados y celebrados por una agencia de viajes cuenta con el respaldo de su respectivo idóneo.

VIII. OBJETIVOS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Objetivos Generales

- 1- Desarrollar saberes, aptitudes y actitudes acordes a las actividades para las que habilita el título profesional en forma eficaz, ética y socialmente responsable.
- 2- Propiciar la incorporación de valores incluyendo la perspectiva de género y diversidad que permitan su inserción en el medio social.
- 3- Propiciar la participación responsable y solidaria en el ámbito público, privado y académico, comprometido con el desarrollo sostenible de las organizaciones turísticas
- 4- Alcanzar una sólida formación que le permita transitar las diferentes áreas disciplinares propias de la actividad y participar de espacios inter y transdisciplinario.
- 5- Propender al aprendizaje autónomo, continuo y crítico en el marco de las nuevas



realidades sociales y de conocimiento.

Objetivos específicos

- a. Formar a los futuros licenciados en turismo para la planificación, organización, dirección, evaluación y control de organizaciones, empresas y/ o investigaciones en el ámbito turístico, que colaboren al desarrollo sustentable de la región.
- b. Dotar a los futuros profesionales de conocimientos estratégicos y operativos para el manejo de procedimientos para la gestión del sector turístico en el ámbito público y privado.
- c. Generar en los egresados carácter reflexivo y pensamiento crítico acerca del quehacer turístico local, pero con una mirada internacional y transversal del turismo.



ESQUEMA GENERAL PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA

Table with columns: Nro, Car, ASIGNATURA, and CARGA HORARIA (Total, Hs/Sem, Tot/cuat, Hs/sem, Tot/año). Rows include Ciclos Básico Común, Profesional, and Tercer año.

Handwritten initials 'ep' in blue ink.

Handwritten signature in blue ink.



Nro	Car	ASIGNATURA	CARGA HORARIA				
			Total	Hs/Sem	Tot/cuat	Hs/sem	Tot/año
42	TP	Actividad Curricular Electiva II	56	4			
43	P	Práctica Profesional Supervisada	100				
CARGA HORARIA TOTAL							2606

**CONTENIDOS MÍNIMOS DE LAS MATERIAS QUE INTEGRAN EL PLAN DE ESTUDIOS
ÁREAS DE FORMACIÓN EN GESTIÓN DEL TURISMO:**

Asignatura	Contenidos Mínimos
Introducción al Turismo	Conceptualización del turismo y de las unidades básicas. Tipologías. Nociones básicas del comportamiento del consumidor turístico: las motivaciones. El turismo desde el punto de vista sistémico. Análisis de diferentes modelos sistémicos aplicados a la actividad turística. La evolución de la actividad turística mundial y en Argentina. Las tendencias mundiales. El desarrollo turístico sostenible: nociones básicas. Turismo Accesible.
Estructura del Mercado Turístico	El mercado turístico: componentes de la oferta de servicios y análisis de la demanda. Los diferentes sectores que integran la oferta turística: alojamientos, empresas de intermediación, transportes, empresas gastronómicas y de eventos, los prestadores relacionados al ocio turístico. Las cadenas de comercialización. La calidad y el recurso humano en los servicios turísticos. La innovación y la creatividad en las empresas turísticas.
Geografía e Interpretación del Paisaje	El espacio geográfico de la Argentina como objeto de estudio. Las regiones turísticas de Argentina. Características y singularidades físicas naturales de las distintas regiones de Argentina: formas de relieve emergido, variedad climática, hidrografía y biomas. Espacios urbanos y espacios rurales. Geografía Social y económica: Ecorregiones de Argentina, criterio de clasificación y características: diversidad de paisajes. Patrimonios mundiales naturales en la Argentina. El Noa: Escenarios naturales de los principales circuitos del NOA. Ordenamiento territorial y paisajístico Cuidado del ambiente, desarrollo sustentable y unión del valor paisajístico La interpretación del paisaje natural: importancia, técnicas, integración con las ciencias sociales. Ocupación, transformación, reurbanización, problemas medioambientales. Mapas interpretativos: Itinerarios, excursiones, salida de campo.
Interpretación del Patrimonio Cultural	Patrimonio histórico regional y local aplicada a circuitos turísticos. Interpretación del paisaje cultural. Estilos Arquitectónicos de la provincia y su relación con el entorno histórico y social al que pertenecen. Patrimonio tangible e intangible. Producción artesanal de la provincia materiales y técnicas. Folklore del NOA. Historia y coreografía de las principales danzas del NOA. Principales autores y compositores del folklore de Salta. Diversidad cultural en la Provincia de Salta.



RESOLUCIÓN CS Nº 125 / 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA SECRETARÍA DEL CONSEJO SUPERIOR

Av. Bolivia 5150 – 4400 - Salta

Correo Electrónico: consejo.superior@unsa.edu.ar

“1983-2023 40 años de democracia en Argentina”

	Culturas originarias. Legislación aplicada. Espacios culturales protegidos (ruinas, museos, etc.).
Servicios Gastronómicos y Enológicos	La Gastronomía. Patrimonio Cultural Intangible. La Cocina Internacional y la fusión con la cocina de Argentina. Tradición e Identidad. Productos y tecnologías de la Cocina Regional Argentina. Biodiversidad y desarrollo de las cocinas. Cultivos locales. El Sistema Alimentario en el NOA y Salta. Soberanía alimentaria. Nociones del Servicio Gastronómico. Seguridad e higiene de los alimentos. Comercialización de Servicios de Gastronomía. Producción y Administración Gastronómica. Organización del Salón Comedor. Enología: concepto. Historia de la Vitivinicultura en Argentina y Salta. Regiones vinícolas. Terroir salteño. Vendimia. Vinificación La ruta del vino. Enología, coctelería y Servicio de Bebidas. Enoturismo. Enogastronomía. Adaptaciones de accesibilidad en los servicios gastronómicos y enológicos.
Servicios de la Hospitalidad I	La hospitalidad: concepto y antecedentes históricos. Legislación vigente. Clasificación hotelera y extra hotelera Reglamentación legislativa de habilitación. Exenciones promocionales. Turismo accesible. Alojamiento temporario. Alojamiento en Turismo rural comunitario. Hoteles boutique. AirBnB. Nuevas modalidades de alojamiento: boarding house, budget hotels. Organizaciones que manejan servicios de hotelería internos: hospitales, mineras, salares, desiertos. Medios e instalaciones para la accesibilidad en los alojamientos.
Agencias de Viajes I	Canales de intermediación turística. Antecedentes históricos: Intermediación, re intermediación y desintermediación. Legislación vigente para la apertura y operación de una agencia de viajes. Proceso de apertura de una agencia de viajes: inscripciones y documentación. Estructura técnico legal. Estructura económica- financiera. La rentabilidad: márgenes de utilidad. Plan de negocios y segmentación: perfil de operación. Legislación vigente para turismo accesible e implicancias.
Estructuración de Productos Turísticos	Tipos de Programas Turísticos. Proceso para la estructuración de productos turísticos territoriales. Fases de análisis de diagnóstico y estudios de potencialidad. Identificación de actividades compatibles. Diagramación y confección de itinerarios turísticos para público en general y para personas con capacidades diferentes. Cotización y fijación de precios.
Organización de Eventos	Tipos de Eventos. Objetivos. Guía. Calendarización. Sede, locación y fecha. Check list. Cliente y público. Proveedores. Etapas de un evento. Presupuesto. Redacción: Notas, invitaciones. Gacetilla y parte de prensa. Eventos de Prensa. Difusión y Marketing de un evento. Ceremonial y protocolo. Reglas de ordenamiento protocolar. Orden de precedencia. Tratamiento de símbolos patrios. Turismo Accesible: Eventos para comunidades con capacidades diferentes.

OP/



Servicios de la Hospitalidad II	Tipos de administración hotelera: familiar, funcional y matricial. Franquicias. Rentabilidad: Fijación de precios. Cálculo de ocupación e ingresos. Punto de equilibrio. Gestión de establecimientos pequeños en áreas urbanas y rurales La tecnología como herramienta de gestión, promoción y comercialización. Funcionamiento interno y conducción de esfuerzos subordinados. Departamentos y servicios complementarios. Impactos impositivos en la industria hotelera. Trabajos en campo de aplicación de contenidos teóricos de las empresas de hospitalidad.
Agencias de Viajes II	Sistema de gestión de una agencia de viajes. Perfil y segmentos. Departamento de operaciones receptoras: excursiones regulares, programadas y privadas. Elección de proveedores. Cotización y tarifarios. Impuestos. Contratos y tipos de facturas. El proceso de la venta. Utilidades para la agencia. Distribución, promoción: Viajes de familiarización. Servicio de reservas: venta directa y servicio a mayoristas. Operaciones Emisivas: medios de transporte, terrestre, acuático y aéreo. Ventas aisladas y combinadas. Armado y cotización de paquetes turísticos combinados, Productos sueltos. Comisiones. Régimen impositivo general y específico de las operaciones. Impactos impositivos en el sector de las agencias de viajes. Trabajos en campo de aplicación de contenidos teóricos en las empresas de intermediación turística.
Operación de Productos de Turismo Activo	Turismo Activo Definición. Modalidades y actividades. Legislación. Organización de Campamentos. Técnicas de orientación y cartografía. Primeros auxilios. Seguridad y Manejo de Riesgos. Manejo del impacto en zonas naturales. Capacidad de carga. Planes de contingencia. Ecoturismo. Observación de aves. Turismo aventura. Turismo Rural y agroturismo. Normas de calidad. El turismo activo y los pasajeros con capacidades disminuidas. Trabajos en campo de aplicación de contenidos teóricos en las empresas de turismo activo (prestadores u operadores habilitados).
Innovación en el Mercado Turístico	Desarrollo del pensamiento creativo, la innovación. Proceso, técnicas y estrategias creativas, la normalización de los procesos en Innovación y Desarrollo.
Planificación Estratégica de Destinos Turísticos	La planificación: su importancia. Tipos. Evolución de la planificación y los modelos de desarrollo de destinos. El proceso de formulación e implementación. Los planes de desarrollo y los planes de marketing de destinos. Modelos inclusivos y accesibles.
Servicios de Transporte	Transporte Aéreo: Código Aeronáutico. Alfabeto aeronáutico. Código de Aeropuertos IATA. Documentación necesaria para el viaje internacional, migraciones, aduana, autorizaciones. Manejo de equipajes, reclamo y rastreo de equipajes. Mercancías peligrosas. Transporte terrestre: Ferroviario y automotor: Los trenes del País y las conexiones internacionales. Contratación. Documentación. Transporte: Acuático: fluvial y marítimo. Cruceros. Navegación fluvial. Contratación. Documentos. Servicio para pasajeros con capacidades

ep



	diferentes. Impactos impositivos en las empresas de transportes. Trabajos en campo de aplicación de contenidos teóricos en las empresas de transporte relacionados con el turismo.
Sistemas de Reservas aplicadas al Turismo	Sistemas de reservas en las empresas de intermediación y empresas de alojamiento. Portales de reservas. Cancelación garantizada y/ o gratuita. Destinos inteligentes: aplicaciones y anfitriones virtuales.. Servicios de Información interactivos: CAT (Centros de Atención al Turista), museos, eventos, etc. QR, aplicaciones y herramientas para la igualdad de oportunidades en turismo.

ÁREA DE FORMACIÓN EN ADMINISTRACIÓN:

Asignatura	Contenidos Mínimos
Principios de Administración	Caracterización de las organizaciones. Tipología. Conflicto. Autoridad y poder. Responsabilidad social: enfoques. Teoría general de los sistemas. Administración General. Los procesos. Política. Modelos. Conceptualización y clasificación de modelos. Caracterización y Elementos constitutivos. La estructura organizacional. Áreas funcionales de la empresa: Conceptos generales de recursos humanos, comercialización y producción. Gobierno corporativo. Planeamiento, gestión y control. Decisión e influencia. Autoridad y poder. Comunicación. Procesos. La administración y los procesos de cambio.

ÁREA DE FORMACIÓN EN FINANZAS:

Asignatura	Contenidos Mínimos
Administración Financiera	Administración Financiera: Función Financiera. Principios fundamentales. Estructura de Inversiones. Estructura de Financiamiento. Decisiones de Inversión. Administración del Capital de Trabajo. Decisiones de Financiamiento. Diagnóstico y Planeamiento Financiero. El Control de Gestión en la Administración Financiera
Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos	Origen de la idea de proyecto. Oportunidad. Promotor. Diagnóstico. Análisis FODA. Análisis del Mercado y la Competencia. Localización. Pre-factibilidad y Factibilidad: viabilidad técnica, legal, económica, política y de gestión. Inversión: Determinación del Capital de trabajo. Viabilidad Económica - financiera: Flujo de caja. Tiempo de vida del proyecto. GOP – NOP. Flujo de fondos. Costo de oportunidad. Fuentes de Financiamiento. Costo de Capital. Interés. Tipos de intereses. Análisis financiero. ROE – ROI, VAN, TIR. Apalancamiento Financiero. Análisis de sensibilidad. Análisis de riesgo.

op,

**ÁREAS DE FORMACIÓN EN MARKETING Y CALIDAD TURÍSTICA**

Asignatura	Contenidos Mínimos
Marketing Estratégico Turístico	Marketing Estratégico. Definición del negocio. Estrategias competitivas. Postura estratégica. Análisis y Matriz FODA - CAME. Asignación de recursos: Matriz BCG. Estrategias de crecimiento. Estrategias de cobertura de mercado. Segmentación. Comportamiento de compra. Percepción. Posicionamiento. Ventajas competitivas. Proceso de Investigación de Información. Investigación y Análisis de Mercado Turístico y de la competencia. Sistemas de inteligencia de marketing.
Marketing Operativo Turístico	Marketing Operativo o Mix de Marketing. Producto Turístico. Diseño y desarrollo de nuevos productos. Marca. Logotipo, Isotipo, Isologotipo. Fijación de Precios. Canales de distribución en turismo: tipos, ventajas y desventajas. Comunicación. Creación de relaciones con los clientes. Plan de Marketing para empresas, organismos y destinos turísticos.
Gestión de Calidad en Turismo	Gestión de Calidad en Turismo. Normalización de la calidad nacional e internacional. Costos de Calidad. Diseño e implantación de un Sistema de Calidad en la empresa turística. Interpretación de la Norma. Implantación de procesos y manuales de calidad. Herramientas de calidad. Planes de mejora. Auditoría interna y externa. La calidad en la política turística. Técnicas para averiguar la satisfacción del cliente. Gestión de Reputación en línea de sugerencias y reclamos. Atención al cliente con capacidades diferentes.

ÁREAS DE FORMACIÓN JURÍDICA y GESTION PÚBLICA:

Asignatura	Contenidos Mínimos
Derecho Civil	El derecho. Distintos aspectos. Fuentes formales y materiales. Principios generales. Persona humana. Atributos. Capacidad. Nombre. Domicilio. Fin de la existencia. Persona jurídica. Clases. Asociaciones civiles. Fundaciones. Patrimonio. Bienes con relación a las personas y a los derechos de incidencia colectiva. Función de garantía. Vivienda: afectación. Hecho jurídico. Actos jurídicos. Instrumentos Públicos. Instrumentos privados y particulares. Representación: Principios. Ineficacia de los actos jurídicos. Nulidad. Inoponibilidad. Prescripción y caducidad. Privilegios. Créditos quirografarios. Privilegios especiales. Obligaciones en general. Definición. Extinción de las obligaciones. Pago. Responsabilidad civil. Función resarcitoria. Daño resarcible. Indemnización. Responsabilidad directa. Responsabilidad por el hecho de terceros. Supuestos especiales. Derechos reales. Clasificación. Prescripción adquisitiva. Relaciones de familia. Matrimonio. Régimen patrimonial del matrimonio. Unión convivencial. Parentesco. Alimentos. Régimen sucesorio. Aspectos generales. Sucesiones intestadas y testamentarias.



Derecho y Legislación Turística	<p>Estado y Constitución. Constitución Nacional. Garantías constitucionales. Derechos humanos. Principio de igualdad y no discriminación. Violencia de género: tipos y modalidades. La normativa de protección de la mujer en el ámbito internacional, nacional y local 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. La función pública y el servicio público. Actos administrativos.</p> <p>Contratos Administrativos y de consumo. Responsabilidad del Estado. Obligaciones: conceptos, elementos, clases. Contratos: concepto, clases y efectos. Contratos en el sector del turismo. Contratos de Seguros.</p> <p>Derecho Laboral. Derechos del Consumidor.</p> <p>Derecho de los pueblos originarios. La autodeterminación relacionada a la actividad turística. La constitucionalización del derecho privado. Contrato de viaje, de hospedaje, de asistencia al viajero, contrato de transporte, tiempo compartido.</p> <p>Aspectos legales en turismo de naturaleza: Requerimientos jurídicos para el turismo de naturaleza Respuesta de la justicia frente accidentes Consentimiento informado."</p>
Gestión Pública del Turismo	<p>La intervención del Estado en el desarrollo de los destinos turísticos. Funciones. Áreas de intervención. Las políticas públicas y el turismo: tipos, procesos de formulación e implementación. Las organizaciones gubernamentales turísticas en Argentina y Salta. La sostenibilidad y la función pública turística. Legislación turística tipos, jerarquías, alcances, redacción. Desarrollo sostenible. Desarrollo turístico. Contribución del turismo al desarrollo local. Competitividad de los destinos turísticos. Estudios de casos internacionales, nacionales y regionales. Normas de protección del medio ambiente: Ley de Parques Nacionales, reservas y monumentos naturales y Leyes Provinciales de aplicación turística.</p>

ÁREA DE FORMACIÓN EN RECURSOS HUMANOS

Asignatura	Contenidos Mínimos
Gestión de Recursos Humanos	<p>Estructuración del trabajo: El Análisis de Tareas. Objetivos. Técnicas. La Descripción y Especificación de Puestos de Trabajo. Objetivos. Técnicas. Evaluación de Puestos de Trabajo. Objetivos. Técnicas. Proceso de empleo del personal: Políticas de Empleo. Pronóstico de necesidades. Reclutamiento. Fuentes. Técnicas. Selección de postulantes. Técnicas. Ingreso. Inducción. Seguimiento de las incorporaciones. Desarrollo del personal: Planeación del desarrollo. Elementos. Problemas. Capacitación. Planificación. Técnicas. Evaluación. Evaluación del desempeño. Técnicas. Detección de errores. Relaciones laborales Conflictos. Negociación. Convenio colectivo de trabajo. Conducción de personal: Autoridad. Fuentes. El líder o conductor de grupo. Diferencias con el jefe. Deformaciones de la conducción. Sistemas de conducción de personal. La conducción participativa. Motivación y satisfacción humana: Necesidades humanas. Satisfacción. Motivación. Principales teorías. Incentivos. Tipos.</p>

ep/

Expediente Nº 6808/22.-



ÁREA DE FORMACIÓN EN TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN

Asignatura	Contenidos Mínimos
Tecnología y Comunicaciones en Turismo	Las tecnologías de información y comunicación en la estructura del mercado turístico. Las oportunidades y desafíos de las TIC. Sistemas de gestión aplicados a organizaciones de turismo. Las nuevas tecnologías en turismo. Introducción al manejo y desarrollo de contenidos para los entornos digitales utilizados en turismo.

ÁREA DE FORMACIÓN ECONÓMICA:

Asignatura	Contenidos Mínimos
Economía	Conceptos básicos de economía. Delimitación de la economía como ciencia. Problemas económicos centrales. Recursos, tecnología, instituciones, sistemas económicos. Conceptos básicos de Microeconomía. Sectores económicos. Sistemas de precios. Funciones de oferta y demanda. Competencia perfecta y monopolio. Posibilidades tecnológicas de una economía. Otras formas de mercado. Distribución del ingreso. Políticas tributarias y de precios. Conceptos básicos de las fallas del mercado.

ÁREAS DE FORMACIÓN CONTABLE:

Asignatura	Contenidos Mínimos
Introducción a la Contabilidad	La Contabilidad: antecedentes y evolución en el tiempo. Entes Públicos y Privados: con o sin fines de lucro. Sus recursos y fuentes. Operaciones y hechos económicos. La contabilidad y sus segmentos: contabilidad patrimonial o financiera. Contabilidad Social y Ambiental Contabilidad Económica. Patrimonio y Contabilidad. Ejercicio económico. Variaciones Patrimoniales Sistema Contable: cuentas, métodos de registración.
Costos y Presupuestos	Costos fijos, variables, totales, medios y marginales. Beneficios. Punto de equilibrio. Determinación de la cantidad y el precio de equilibrio, determinación de los beneficios. Costos: Directos e indirectos. Costos basados en actividades-ABC. Presupuesto: Conceptos generales, objetivos y características básicas. Tipos de Presupuesto: Presupuesto económico. Presupuesto financiero. Contenidos del presupuesto. Proceso de elaboración: Datos básicos. Metodologías de Presupuestación aplicables.



ÁREA DE FORMACIÓN MATEMÁTICA:

Asignatura	Contenidos Mínimos
Matemática	Lógica y Lenguaje matemático. Sistema Numérico. Números Reales y Complejos. Operadores. Expresiones algebraicas y Polinomios. Ecuaciones e Inecuaciones en una incógnita. Vectores. Matrices y Determinantes. Sistemas de Ecuaciones e inecuaciones lineales.
Estadística	Estadísticas Descriptivas de posición y variación, interpretación y análisis de resultados. Determinación de valores extremos. Distribución de Frecuencias. Medidas para datos agrupados. Análisis de dos variables, relación, correlación y regresión. Índices Simples y complejos no ponderados y ponderados. Observatorios turísticos. Cuenta Satélite de Turismo. Índices hoteleros de gestión y de desempeño comercial.

ÁREA DE FORMACIÓN EN IDIOMAS:

Asignatura	Contenidos Mínimos
Inglés I	Herramientas comunicativas para el turismo: los atractivos turísticos de Salta. Lectura de planos y mapas. El informante turístico: instrucciones para llegar a los atractivos. Descripción y localización. Arribos en las distintas terminales de transporte. Traslado de llegada: descripción del atractivo y sugerencia de actividades. Ingreso al hotel: entrada, servicio y facilidades. Recomendaciones: dónde y qué comer en la ciudad. Peñas folklóricas
Inglés II	Salta como destino turístico. La ciudad. Los museos. Monumentos. Las iglesias. Festividades religiosas. Festivales Folklóricos. Peñas. gustos y preferencias de los turistas. City tour: descripción de edificios, lugares y sitios de interés patrimonial (natural e histórico). Los alrededores: Tradiciones rurales: comidas y danzas regionales. productos turísticos clásicos de la provincia. El tren a las nubes. La ruta del vino. Los sitios arqueológicos. La satisfacción del pasajero.
Inglés III	Inglés para la operación de servicios: venta de servicios sueltos y combinados. Centrales de reservas. Nomenclatura internacional. Siglas y códigos. Transporte aéreo: pasajes, tarjetas de embarque, visas y documentación. Transporte acuático: cruceros, servicios, tasas aeroportuarias. Transporte terrestre: rentadoras de autos, colectivos de larga distancia, trenes turísticos. Servicio para el turismo activo: reservas para actividades extremas, rutas naturales, consejos útiles para las excursiones.

ep/



RESOLUCIÓN CS Nº 125 / 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA SECRETARIA DEL CONSEJO SUPERIOR

Av. Bolivia 5150 – 4400 - Salta

Correo Electrónico: consejo.superior@unsa.edu.ar

“1983-2023 40 años de democracia en Argentina”

Portugués I	Estructuras gramaticales: El alfabeto. Pronombres personales. Verbos ser-estar y tener. Pronombres posesivos – Verbos en presente. Vocabulario: Saludos formales e informales. Información personal. El calendario. La rutina. Nociones básicas de la fonética de Brasil. Fórmulas de saludo (formales e informales). Pedido e indicación de datos personales. Presentación personal. Preposiciones y contracciones – Pronombres demostrativos Vocabulario: Las horas. Los números. Las nacionalidades. La rutina. pronunciación.
Portugués II	El tiempo libre. Ubicación en el espacio. Habilidades lingüísticas: hábitos y rutinas. Hacer y responder preguntas sobre rutina diaria. Pronunciación de s entre vocales. Pretérito Perfecto. Adverbios de tiempo. Pronombres interrogativos. Demostrativos y sus contracciones Vocabulario: La familia. Las profesiones. Otras referencias espaciales. El turismo como actividad: los hoteles, las agencias de viajes, los eventos, las excursiones. Pretérito Imperfecto del Indicativo. Gerundio. Adverbios Vocabulario: Los hechos históricos. City tour en Salta.
Portugués III	Estructuras gramaticales: Futuro del Indicativo. Conjunciones. Adjetivos Vocabulario: El Clima, vocabulario de vacaciones, lugares para visitar y excursiones que vende Salta. Comidas regionales. Ruta Natural:circuitos-Cuidado del medio ambiente Funciones idiomáticas: Describir el clima de diferentes lugares que se pueden visitar. Hablar de planes futuros. Habilidades lingüísticas: Escucha y habla. Descripción de un paquete turístico.

PRÁCTICAS PROFESIONALES

Asignatura	Contenidos Mínimos
Ética Profesional	Ética profesional. Deontología Profesional. El comportamiento ético en el ejercicio profesional de las Ciencias Económicas. La ética, las incumbencias y la legislación profesional. Normas y Principios a los que debe ajustar su ejercicio el Profesional en Ciencias Económicas. Las organizaciones profesionales. La dimensión ética de la profesión. Las prácticas excelentes. La problemática de la sostenibilidad de las prácticas turísticas: Derechos, deberes, responsabilidades. Justicia distributiva y Protección de los grupos vulnerables. La teoría del desarrollo aplicada al turismo; respeto a las culturas, saberes. Problemática de la ética actual y su relación con la actividad turística: Género, etnia, cultura. Impactos: el efecto demostración. La migración de la amenidad.
Metodología de la Investigación	Conocimiento científico. Teoría y Método científico. Epistemología de las Ciencias Económicas. La Investigación Científica. El tema de investigación y el planteamiento del problema. La información y el relevamiento de antecedentes de la investigación. Marco teórico y variables científicas. Hipótesis. Muestra. Métodos de investigación. Procesamiento y análisis de datos. Comunicación científica. Organización y elaboración del trabajo intelectual. Búsqueda bibliográfica. Preparación y presentación de trabajos de investigación.



Práctica Profesional Supervisada	Espacio formativo integrado a la propuesta académica que tiene como objetivo que el estudiante ponga en práctica en organizaciones públicas y privadas los conocimientos adquiridos en el cursado, según R-DR-2021-0651
---	---

ACTIVIDADES CURRICULARES ELECTIVAS

Las Actividades Curriculares Electivas I y II forman parte del "Ciclo Profesional Especifico" que puedan incorporarse en el futuro como tales y se vinculen con temas que contribuyan al avance del conocimiento científico y tecnológico de la disciplina.

Las materias de formación ELECTIVA brindan al estudiante la posibilidad de cursar una asignatura de contenidos actualizados de su elección.

La incorporación de otras Actividades Curriculares Electivas no incluidas expresamente en el presente, serán aprobadas por el Consejo Directivo de la Facultad. La elección de las Actividades Curriculares Electivas supone respetar el régimen de correlatividades que se fijara.

Las asignaturas electivas definidas en el presente acto administrativo se mencionan a continuación:

ACTIVIDAD CURRICULAR ELECTIVA I

Asignatura	Contenidos Mínimos
Escritura Académica y Oratoria	Redacción de informes académicos de la especialidad y exposiciones orales sobre estos informes. Unidades básicas del discurso: frase, oración y párrafo. Fenómenos de coherencia y cohesión lingüística en la escritura formal. Pautas de redacción. El género informe académico: su estructura (introducción, cuerpo y conclusión). Organización de una ponencia oral a partir de un informe escrito. Presentaciones orales siguiendo pautas de la oratoria: elementos que intervienen. Capacidad de hablar en público: lenguajes y estilos. Recursos expresivos, fonéticos y visuales. Apoyos visuales para una ponencia: estructura, diseño y contenidos. Importancia de la cita bibliográfica en el discurso académico escrito y oral.
Competencias Actitudinales y Liderazgo	Coaching. Las habilidades blandas para el profesional del turismo: Disposición para el trabajo en equipo. Facilidad de socialización y compromiso con las comunidades. Programación Neurolingüística(PNL). Habilidades básicas de comunicación oral y escrita. Empatía. Creatividad. Trabajo en equipo (de forma virtual y presencial.) Resolución de problemas. Independencia. Relaciones Públicas e interpersonales.

ep



ACTIVIDAD CURRICULAR ELECTIVA II

Asignatura	Contenidos Mínimos
Plan de Negocios y Emprendimientos Turísticos	Desarrollo Emprendedor. Conceptualización. El espíritu emprendedor. Oportunidades de negocios. Tipos de emprendedores. El Ecosistema emprendedor. Sistemas maduros y en desarrollo. Desarrollo de competencias emprendedoras, Innovación y Desarrollo. La creación de empresas: de la idea a la acción. El Plan de Negocios. Su necesidad. Estructura del Plan de negocios. Modelos y herramientas actualizadas de Negocio. Generación de Valor Apoyo a la creación de empresas. Tipos de políticas, incubadoras y aceleradoras de emprendimientos. El desarrollo emprendedor. La consultoría como campo profesional turístico. Las funciones y alcances. El proceso de una consultoría. Los Términos de Referencia. Consultorías en el ámbito privado y en el ámbito público del turismo. Constitución de una empresa de consultoría turística.
Turismo Rural Comunitario	Turismo rural comunitario según la Organización Mundial del Turismo y su versión local en la región. Los procesos organizativos. Bases para la organización de base comunitaria. Diferentes tipos de organizaciones que se aplican al turismo rural comunitario. Normativa de los pueblos originarios. Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo. Protocolo de derecho a la consulta previa, libre e informada. Gestión de capital social. Articulaciones institucionales. Gestión participativa. Legislación local: resolución 195/13 y su actualización. Comunidades locales. Gestión estratégica y operativa de emprendimientos turísticos sustentables y turismo activo. Tecnologías aplicadas al turismo rural comunitario. Prácticas de finanzas del emprendimiento. Procesos de participación en la sección de emprendimiento punto y líneas específicas de financiamiento para este tipo de turismo
Administración de Comunidades Virtuales	Sitios web. Hosting y dominio. Identidaddigital.com.uy line punto marketing digital. Manejo de redes. Audiencias y comunidades. Planificación y creación de contenidos para social media. Marketing de influencia y gestión de crisis. Informes, armado de propuesta y sitios de gestión de medios de comunicación social (hootsuite). Mercadotecnia interna. Optimización para motores de búsqueda (SEO Search Engine Optimatation), Visibilidad de marca. Gerente de negocios punto la tecnología aplicada a las presentaciones profesionales

ep

SISTEMA DE DICTADO, EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN

La programación académica (programas de estudio, bibliografía, plan de clases, sistema de dictado, régimen de regularidad, evaluación y promoción, clases de consulta, etc) de cada asignatura será remitida por la cátedra, con intervención previa del respectivo Departamento Docente y/o por la Comisión de Docencia, Investigación y Disciplina, al Consejo Directivo para su aprobación.



Conforme a la reglamentación que se dicte oportunamente, el alumno podrá aprobar por:

- Promoción sin examen final
- Examen final en condición de regular
- Examen final en condición de libre

Las **materias teórico-prácticas** deberán proponer un régimen, tanto para su regularización como para su promoción sin examen final. En todos los casos, para la aplicación de los respectivos regímenes se requiere la autorización del Consejo Directivo de la Facultad.

Los recursos didácticos que se implementarán contemplan la simultaneidad de espacios de intercambio (lo físico y la virtual) y las herramientas metodológicas deberán optimizar los objetivos previstos en cada uno de ellos.

El diseño de las actividades curriculares contemplará en todos los casos las 4 dimensiones de análisis para la organización de la educación en el contexto actual, es decir, la dimensión didáctica, la comunicacional y tecnológica, la pedagógica y por último la organizacional.

Para lograr tal cometido, han de articularse las modalidades educativas presenciales y virtuales. La dimensión pedagógica supone, habilidades, actitudes y competencias tanto del docente como del estudiante para la integración de ambos escenarios educativos.

Para el caso de la virtualidad, la dimensión comunicacional y tecnológica, considera diversas tecnologías, redes y procesos que permiten la circulación de infinidad de información y formas de interacción como medio de y para construir conocimiento. La dimensión didáctica, se traduce como un aula extendida desde que las aulas virtuales cuando están adecuadamente organizadas en sus aspectos pedagógicos, tecnológicos y comunicacionales se constituyen en comunidades de participación, deliberación y debate generando un espacio público de intercambio y relaciones. La dimensión organizacional involucra la institucional y los recursos tanto políticos como de infraestructura para lograr los objetivos propuestos en los escenarios virtuales.

Para ello la facultad cuenta con una Plataforma de Trabajo Moodle para cada una de las asignaturas, así como también dispone en su edificio de 04 (cuatro) aulas dotadas con tecnología y equipo técnico eficiente para la transmisión de las clases vía Zoom, Meet o YouTube. En las aulas del Sector Norte del predio de la Universidad, los anfiteatros E,F,G,H,I y los J,K,L,M,N,O,P,Q están equipados con cámaras que rotan 180 grados, con control remoto, las que permiten seguir al docente en su desplazamiento entre las pizarras whiteboards, con sistema Kaptivo, es decir; transforma una pizarra convencional en una pizarra digital, convirtiendo todo aquello escrito en la pizarra en archivo PDF para ser transferido al asistente virtual.

Las asignaturas que empleen la virtualidad deberán diseñar actividades usando soportes complementarios a los tradicionales. La Plataforma de trabajo Moodle será el espacio de interacción por excelencia, al que se incorporarán otras herramientas alternativas como links con clases en YouTube, podcasts pertinentes, plataformas interactivas para creación de trabajos prácticos (Genially, Canva, Mentimeter, Padlet, etc.) dependiendo de la complejidad del contenido desarrollado en cada materia.



En torno a la evaluación se tendrá como finalidad garantizar el carácter formativo y sumativo de la misma, logrando reconocer el grado de concreción de las metas formuladas, el nivel de cumplimiento de lo programado, la distribución y aprovechamiento de los recursos (espacio, tiempo, materiales, etc.), por mencionar algunos de sus objetivos.

Para la modalidad virtual se contemplará que las cátedras desarrollen estrategias de seguimiento de acciones formativas en línea con descripción del sistema tutorial y secuencia de actividades bien definidas, especificando tecnología y recursos comunicacionales. La evaluación en entornos virtuales requiere de una respuesta continua, sostenida e integral de las tareas. La retroalimentación generará espacios de diálogos en torno a la apropiación de saberes. Las estrategias de evaluación contemplarán la integración de instrumentos diversos según su finalidad y función: observación, prueba oral, resolución de problemas y solicitud de productos (monografías, mapas conceptuales, producciones artísticas, etc.).

Las estrategias en este entorno pueden diseñarse entonces, usando las potencialidades de las plataformas virtuales (Moodle) las que permiten ahorrar tiempos y proveer retroalimentación inmediata, como en el caso de los bancos de datos, para la elaboración de cuestionarios, o las posibilidades de hacer seguimientos de procesos de trabajo colaborativos que van siendo registrados en diferentes instancias.

Asimismo, se espera implementar mecanismos adicionales que permitan obtener información acerca de la percepción de los estudiantes sobre la metodología empleada, los recursos propuestos, la bibliografía sugerida, entre algunas cuestiones, que permitan reajustar las propuestas de cada una de las cátedras.

En las propuestas de contenidos curriculares las cátedras, los docentes responsables tendrán especial cuidado en los siguientes aspectos:

- Coordinación con los programas de las otras materias del ciclo.
- Evitar la superposición temática.
- Selección rigurosa de contenidos con validez científica y curricular de los cursos, para evitar el sobredimensionamiento innecesario y concentrando los programas en lo que se consideren contenidos sustantivos.
- Prever en los contenidos programáticos de las materias donde sea factible, se incluya como temática curricular el uso y aplicación de software de la especialidad.

La Facultad queda autorizada para reglamentar, asimismo, los mecanismos de equivalencias, regularidades y toda cuestión que se suscite con motivo del plan de estudios que se aprueba por la presente.

PROPUESTA DE EVALUACIÓN DE LA CARRERA

La evaluación de la carrera está prevista que se realice con carácter periódico. La misma estará a cargo de la Comisión de Seguimiento y Actualización de la Carrera de Licenciatura en Gestión Integral de Turismo, que se creará a tal afecto.

La Comisión de Seguimiento y Actualización Curricular de la carrera evaluará continuamente:

- a) Proceso de implementación del plan propuesto y desarrollo de la carrera,



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA
SECRETARIA DEL CONSEJO
SUPERIOR**

Av. Bolivia 5150 – 4400 - Salta

Correo Electrónico: consejo.superior@unsa.edu.ar

“1983-2023 40 años de democracia en Argentina”

- b) Análisis de la calidad de las propuestas de prácticas y
- c) Su impacto mediante el seguimiento de las actividades.

Elevará un informe anual con las observaciones de los ítems antes señalados y al cabo de cinco (5) años como máximo, o antes si es necesario, elevará la propuesta para la modificación del Plan de Estudios.

La Facultad eleva al Rectorado un Proyecto de Financiamiento de la Licenciatura en Gestión Integral de Turismo que permita garantizar los recursos humanos necesarios para el dictado de la misma, ya que la misma dispone de los espacios físicos, plataformas virtuales y dispositivos tecnológicos que son requeridos para la puesta en marcha de la presente propuesta formativa.

CORA PLACCO
SECRETARIA CONSEJO SUPERIOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA

Cr. NICOLÁS A. INNAMORATO
VICERRECTOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA