



Salta, 22 SEP 2025

RESOLUCIÓN DECECO N°: 0839-25

EXPEDIENTE N°: 6586/24

VISTO: Los Contenidos Programáticos y la Planificación Anual de la asignatura "Hotelería II", del segundo cuatrimestre de segundo año, de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013, que se dicta en la Extensión Áulica Cafayate, de esta Universidad, para el Período Lectivo 2025, presentados por la Mg. Marta Anabel AGUILERA, Profesora Adjunta de la mencionada asignatura, y;

CONSIDERANDO:

Que la propuesta presentada cumple con las normativas vigentes de aplicación:

- Resolución N° 521/13 del Consejo Superior, que aprueba el Plan de Estudios 2013, de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, que se dicta en la Extensión Áulica Cafayate de esta Unidad Académica.
- Resolución CD-ECO N° 387/23 se establece la modalidad de presentación y aprobación de los contenidos programáticos y de las planificaciones de las diferentes cátedras que componen los planes de estudios dependientes de esta Unidad Académica.

Que a fs. 52 del expediente de referencia, obra Despacho N° 384/25 de la Comisión de Docencia, Investigación y Disciplina, donde aconseja la aprobación, para el Período Lectivo 2025, de los Contenidos Programáticos y la Planificación Anual, de la asignatura "Hotelería II", de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013 que se dicta en la Extensión Áulica Cafayate.

Que el Art. 117, inc. 8 de la Resolución A. U. N° 01/23 –Estatuto de la Universidad Nacional de Salta establece como una atribución del Consejo Directivo la de aprobar programas analíticos y la reglamentación sobre régimen de regularidad y promoción.

Que mediante las Resoluciones N° 420/00 y 718/02, el Consejo Directivo de esta Unidad Académica, delega al señor Decano las atribuciones antes mencionadas.

POR ELLO: en uso de las atribuciones que le son propias,

LA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
JURÍDICAS Y SOCIALES

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- APROBAR los Contenidos Programáticos, de la asignatura "Hotelería II", de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013, que se dicta en la Extensión Áulica Cafayate, para el Período Lectivo 2025, presentados por la Mg. Marta Anabel AGUILERA, que obran como Anexo I, de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2°.- APROBAR la Planificación Anual de la asignatura "Hotelería II", de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013, que se dicta en la Extensión Áulica Cafayate, para el Período Lectivo 2025, presentados por la Mg. Marta Anabel AGUILERA, que obra como Anexo II de la presente Resolución.

ARTÍCULO 3°.- HÁGASE SABER a la Mg. AGUILERA, a la Extensión Áulica Cafayate, a las Direcciones General Académica, de Alumnos y de Informática y al C.E.U.C.E., para su toma de razón y demás efectos.

ahl/vvj

Cra. ROSALIA HAYDÉE JAIME
Secretaria de As. Académicos
Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - U.N.Sa.


Cra. MARIA ALEJANDRA NAVAS
VICEDECANA
Fac. Cs. Económicas, Jurídicas y Sociales - U.N.Sa.



ANEXO I
CONTENIDOS PROGRAMÁTICOS

Asignatura:	HOTELERIA II
Departamento docente:	-
Carrera(s):	TECNICATURA UNIVERSITARIA EN GESTIÓN DE TURISMO
Sede:	EXTENSIÓN ÁULICA CAFAYATE
Período Lectivo:	2025
Plan de Estudios:	2013
Año de la carrera:	2º AÑO
Cuatrimestre:	SEGUNDO
Carga horaria total:	90 HORAS
Carga horaria semanal:	4 HORAS

EQUIPO DOCENTE

Docente	Categoría	Dedicación
AGUILERA M. ANABEL	ADJUNTO	TEMPORARIO SIMPLE
SAMANTA IVONE FERNANDEZ	JEFE DE TRABAJOS PRÁCTICOS	REGULAR SIMPLE

INTEGRACIÓN DE LA ASIGNATURA EN EL PLAN DE ESTUDIOS

La asignatura Hotelería II, correspondiente al segundo año de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión del Turismo de la Universidad Nacional de Salta, se inscribe de manera coherente y estratégica en el diseño curricular, en tanto profundiza y consolida saberes específicos vinculados a la gestión hotelera, con una mirada actualizada sobre las transformaciones tecnológicas, comerciales y organizacionales del sector.

En concordancia con lo establecido en la Resolución CS Nº 521/13, que define como objetivo general de la carrera "formar técnicos graduados que alcancen logros cognoscitivos, actitudinales y desarrollen habilidades y competencias necesarias para su futuro desempeño [...], con conocimientos, técnicas y herramientas adecuadas y modernas para la administración y gestión de todo lo atinente al sector del turismo y la hotelería", esta asignatura propone un recorrido formativo que articula saberes conceptuales, procedimentales y actitudinales, desde una visión profesionalizante y con énfasis en el uso de tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Hotelería II continúa y complejiza los contenidos abordados en Hotelería I, incorporando saberes generales sobre herramientas digitales aplicadas a la comercialización, distribución y operación del servicio de alojamiento, en un contexto signado por la digitalización, la sostenibilidad y la reconfiguración de los modelos de negocio turísticos. Esta asignatura fortalece el desarrollo de competencias profesionales clave, como la capacidad de: utilizar tecnologías digitales para gestionar reservas, controlar tarifas y administrar la operación hotelera, interpretar procesos de intermediación y desintermediación turística, diseñar estrategias comerciales y operativas en entornos digitales, y gestionar servicios hoteleros con criterios de sustentabilidad, eficiencia e innovación.

Desde una perspectiva pedagógica, Hotelería II promueve el aprendizaje situado, el trabajo con estudios de caso reales, el uso de simulaciones tecnológicas y el desarrollo de proyectos integradores, en línea con un enfoque por competencias y con el perfil de un técnico capaz de adaptarse a los desafíos contemporáneos del turismo.

Desde una visión integradora, Hotelería II articula de manera directa con otras asignaturas del plan como *Comercialización*, al abordar la venta directa, la gestión de canales digitales y el posicionamiento de servicios en entornos online; con *Planificación y Proyectos de Inversión* ya que el diseño de un nuevo emprendimiento, su reconversión tecnológica o su integración a plataformas de comercialización exige comprender los costos, beneficios y exigencias de estos sistemas, así como su impacto en la rentabilidad, la distribución y la experiencia del cliente (saberes que son fundamentales al momento de formular y evaluar proyectos de inversión en alojamiento turístico). También se relaciona estrechamente con





0839-25

Administración de Empresas Turísticas, ya que ambas comparten un enfoque orientado a la gestión estratégica de las organizaciones del sector. Mientras *Administración* brinda herramientas generales para planificar, organizar, dirigir y controlar empresas turísticas, *Hotelería II* focaliza en la unidad de alojamiento, aportando conocimientos específicos sobre sistemas tecnológicos, distribución, comercialización digital y estrategias operativas que permiten optimizar la gestión del establecimiento. Esta articulación resulta fundamental para que el futuro técnico pueda aplicar los principios de la administración en contextos reales, utilizando TIC para la toma de decisiones, la mejora de procesos y el desarrollo competitivo de hoteles. Por otro lado, la relación con la asignatura *Agencias de Viajes* se da a partir del estudio compartido de los canales de distribución y comercialización turística. Mientras *Agencias* aborda el rol de los intermediarios tradicionales y modernos (turoperadores, OTAs, plataformas digitales), *Hotelería II* profundiza el análisis desde la perspectiva del proveedor de alojamiento, explorando la venta directa, la desintermediación/reintermediación y el uso de sistemas como CRS, GDS y Channel Manager. Esta complementariedad permite comprender las tensiones y sinergias entre hoteles y agencias, y favorece la formación de un técnico capaz de interpretar la lógica del mercado desde múltiples posiciones, facilitando la articulación entre actores y fomentando una gestión integrada del destino.

En definitiva, esta asignatura contribuye al logro del perfil del egresado al brindar a los y las estudiantes conocimientos actualizados, herramientas operativas y una visión estratégica del alojamiento turístico, indispensable para la gestión profesional del sector en contextos locales, regionales y globales.

IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE LA HOTELERIA

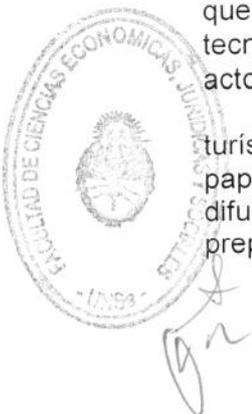
La asignatura *Hotelería II* ocupa un lugar estratégico en la formación del Técnico Universitario en Gestión del Turismo, ya que aborda en profundidad los procesos de transformación que atraviesa el sector hotelero a partir del uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Estos contenidos son fundamentales para dotar a los futuros profesionales de herramientas actualizadas, pensamiento crítico y capacidades operativas para intervenir eficazmente en un mercado turístico en permanente cambio.

La comprensión de las TIC en la estructura tradicional del mercado de viajes y turismo permite analizar cómo estas tecnologías han reconfigurado las prácticas de comercialización y distribución, dando lugar a nuevos intermediarios, modificando la relación con el cliente y planteando oportunidades y desafíos para hoteles, destinos y actores turísticos en general. La redefinición de la comercialización y la tendencia creciente a la venta directa exigen que los profesionales del turismo conozcan y manejen herramientas digitales que les permitan optimizar la gestión de ingresos, reducir la dependencia de intermediarios y mejorar la experiencia del cliente.

Asimismo, el estudio del proceso de integración vertical y horizontal del mercado resulta esencial para comprender las nuevas formas de organización empresarial y los vínculos estratégicos que surgen entre hoteles, operadores, plataformas tecnológicas y destinos turísticos. Estos procesos impactan tanto en la gestión hotelera como en la planificación y promoción de destinos, y requieren de técnicos capaces de analizar escenarios complejos, formular estrategias y tomar decisiones informadas.

Los contenidos relacionados con los Sistemas Computarizados de Reservas (GDS, CRS), los Sistemas Informáticos aplicados a la gestión hotelera (PMS, POS, Channel Manager) y los Sistemas de Gestión de Destinos Turísticos (DMS) son herramientas clave que articulan los niveles operativos y estratégicos de la actividad turística. El dominio de estas tecnologías posibilita una administración eficiente de los recursos, una mejor articulación entre actores públicos y privados, y una planificación más sustentable e inteligente de los destinos.

Por otro lado, el análisis de las ventajas del uso de Internet en la evolución del negocio turístico, desde la comunicación hasta la comercialización, aporta una visión integral sobre el papel que cumplen las tecnologías en la construcción de marca, la fidelización del cliente y la difusión de propuestas turísticas con identidad local. En este sentido, *Hotelería II* no solo prepara a los estudiantes para desempeñarse en hoteles, sino que los forma como actores





0839-25

capaces de intervenir en la gestión de destinos, aportando desde lo tecnológico y estratégico a la sostenibilidad y competitividad del turismo regional.

En conclusión, los contenidos de Hotelería II permiten al estudiante integrar conocimientos teóricos y prácticos, fortalecer competencias técnicas y estratégicas, y adoptar una visión crítica y actualizada de los procesos que atraviesan al sector turístico y hotelero. Su abordaje resulta indispensable para consolidar una formación profesional pertinente, que responda a los desafíos actuales y futuros de la industria turística en contextos locales y globales.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Comprender y analizar críticamente cómo las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) transforman la estructura, operación y comercialización del sector hotelero, promoviendo una gestión eficiente en el contexto del turismo digital.

Objetivos específicos

- Reconocer las transformaciones estructurales del mercado turístico tradicional a partir del impacto de las TIC, especialmente en la distribución de los servicios hoteleros.
- Analizar las herramientas tecnológicas aplicadas a la gestión hotelera (CRS, GDS, PMS, POS, Channel Manager, DMS) y su contribución a la optimización de los procesos operativos y comerciales.
- Identificar los desafíos y oportunidades que implica la digitalización para los distintos actores del mercado turístico, con foco en hoteles y plataformas de intermediación.
- Comprender los modelos de negocio y las estrategias digitales que surgen en el nuevo sistema turístico digital, así como los procesos de integración vertical y horizontal.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en el diseño de propuestas de gestión hotelera digitalmente mediadas y sostenibles, integrando criterios económicos, tecnológicos, sociales y ambientales.

PROGRAMA DE CONTENIDOS (ANALÍTICO Y DE EXAMEN)

UNIDAD 1: Transformaciones del mercado turístico y hotelero en la era digital

Eje temático: Las TIC y el cambio estructural del sistema turístico tradicional.

Objetivo: Comprender cómo las TIC modifican la lógica del mercado turístico, especialmente en la distribución de servicios y en la relación con el cliente.

Contenidos:

- Las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la estructura tradicional del mercado de viajes y turismo. Evolución de la intermediación turística *"del mostrador a la virtualidad"*. La redefinición de la comercialización y distribución de los servicios turísticos.
- Análisis de las nuevas lógicas de comercialización en el turismo. El proceso de integración vertical y horizontal del mercado. Análisis de casos reales: cadenas, asociaciones, alianzas estratégicas. Cambios en la forma de vincularse con el visitante. El ciclo de viaje o el *"customer journey"*.
- La tendencia a la venta directa: ventajas y riesgos. Análisis aplicado: los proveedores de servicios y productos turísticos locales en Cafayate y las TIC.
- Brecha digital y desigualdades en la incorporación de TIC en destinos emergentes: caso de análisis territoriales.
- Las oportunidades y desafíos de las TIC en la gestión hotelera.

UNIDAD 2: Sistemas tecnológicos aplicados a la gestión hotelera

Eje temático: Herramientas tecnológicas específicas para la comercialización y operación hotelera.

Objetivo: Identificar y analizar las herramientas digitales que utilizan los hoteles y destinos para la comercialización y la gestión en general.

Contenidos:





- Sistemas informáticos aplicados a la gestión hotelera: CRS (Central Reservation System), PMS (Property Management System), POS (Point of Sale), Channel Manager, RMS (Revenue Management System), DMS (Destination Management System). Funciones básicas, características generales, rol y beneficios de cada sistema en la gestión operativa, comercial y de experiencia del cliente. Simulación práctica sobre el uso de los sistemas.
- Sistemas de gestión de destinos turísticos (DMS). Aspectos conceptuales y casos de análisis en destinos turísticos reales.
- Desafíos en la implementación: brecha digital, capacitación del personal, seguridad de datos, análisis costo-beneficio de la implementación tecnológica.

UNIDAD 3: Estrategias digitales aplicadas al turismo y la hotelería

Eje temático: La implementación de estrategias digitales en turismo y hotelería para optimizar la comunicación, la comercialización y la medición de resultados.

Objetivo: Comprender y aplicar estrategias de comunicación y comercialización digital en el contexto turístico-hotelerero, utilizando herramientas digitales y métricas de desempeño.

Contenidos:

- Las ventajas del uso de Internet para la evolución del negocio del turismo y la hotelería desde la comunicación hasta la comercialización.
- Estrategias digitales. Aspectos conceptuales generales de la comunicación digital aplicada a la gestión hotelera. Aplicación práctica a un caso simulado.
- Herramientas de medición de desempeño digital. Actividad de simulación.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

AUTOR	TITULO	EDITORIAL	Lugar y año de edición
Albarellos, A.	Marketing	Ediciones UNQ	Buenos Aires, Argentina. 2013
Azeglio, A. Barreto, A. y Zanchetti, W.	Yield management en hotelería: estrategias para la gestión de ingresos en la PyMes de alojamiento turístico.	Fundación Proturismo	2015
Del Alcazar Martinez, B.	Los canales de distribución en el sector turístico	ESIC	Madrid, España 2002
Giner Sanchez, D.	Social media marketing en destinos turísticos. Implicaciones y retos de la evolución del entorno online.	Editorial UOC.	2018
Kohen, P.; Pepe, J.	Sistemas informáticos aplicados al turismo y la hotelería	Ediciones UNQ	Buenos Aires, Argentina, 2015
Maskaric y Pedetti	Organización y Gestión de empresas hoteleras y turísticas	-	2018
Saucedo R. y Maskaric J.	Gestión de Pymes Hoteleras	BUYATTI	2017
Peter D. Nyheim	Estrategias tecnológicas para la industria de la hotelería	EUCASA	Salta 2019
TALÓN BALLESTERO, P., GONZÁLEZ	Yield revenue management en el	Delta	Madrid, España 2012





0839-25

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA			
AUTOR	TÍTULO	EDITORIAL	Lugar y año de edición
SERRANO, L, y SEGOVIA PÉREZ, M.	sector hotelero. Estrategias e implantación.		
OTRAS PUBLICACIONES			
<ul style="list-style-type: none"> Artículos varios de la pagina especializada: https://www.hosteltur.com/ Informes de ONU Turismo. https://www.unwto.org/es 			
SITIOS WEB (Optativo)			
<ul style="list-style-type: none"> El uso de las TIC para mejorar el rendimiento de los hoteles https://www.hosteltur.com/134670_uso-tic-mejorar-rendimiento-hoteles.html Uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como factor de competitividad en la gestión del sector hotelero en Villavicencio, Colombia https://www.redalyc.org/journal/206/20670460006/html/ Los hoteles valencianos ponen el Big Data al servicio de la sostenibilidad https://www.hosteltur.com/153163_los-hoteles-valencianos-ponen-el-big-data-al-servicio-de-la-sostenibilidad.html 			

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA			
AUTOR	TÍTULO	EDITORIAL	Lugar y año de edición
Compilador Jose Luis Feijoo	El planeamiento estratégico en hotelería	Ugerman Editor	Buenos Aires 2012
García Carmen D. y Sinclair M. Patricia	Marketing Turístico	Paraninfo	2014
José Luis Feijoo	Fundamentos del Turismo	UGERMAN	2018
OTRAS PUBLICACIONES			
<ul style="list-style-type: none"> Informe de Viajes Sostenibles 2023. Disponible en https://news.booking.com/es/informe-de-viajes-sostenibles-2023/ 			
SITIOS WEB (Optativo)			

ESTRATEGIAS Y MODALIDADES DE ENSEÑANZA

Clases expositivas	X	Análisis de textos	
Aula Taller	X	Problematización	X
Trabajo Individual	X	Resolución de ejercicios	
Trabajo en grupos de pares	X	Resolución de situaciones problemáticas	X
Exposición oral de alumnos	X	Estudio de casos	X
Debates	X	Análisis de incidentes críticos	
Diseño y ejecución de proyectos		Ejercicios de simulación	X
Seminarios-Monografías		Prácticas en Instituciones	
Clases virtuales	X	Visitas guiadas	X
Otras: -			

REGLAMENTO DE CÁTEDRA

Organización del área curricular: las clases son teóricas expositivas y de análisis reflexivo, y clases prácticas, de dos (2) horas cada una.

Distribución de la carga horaria semanal: las clases se desarrollarán en teóricas (expositivas-reflexivas) los días martes, y clases prácticas los días lunes, cumplimentando 4 horas semanales de clases (presenciales y virtuales).

Sistema de evaluación

La evaluación de los aprendizajes es *permanente*. Se valorará la participación activa del estudiante en el desarrollo y puesta en común de las tareas propuestas en clases. Para el





seguimiento se tendrá en cuenta el *porcentaje de asistencia* y el grado de participación de los estudiantes durante el cursado de la materia.

Para llevar a cabo el proceso de evaluación, se propone:

1. Pruebas escritas de carácter individual
2. Informes de salidas de campo
3. Trabajos prácticos
4. Exposiciones orales (grupales y/o individuales)

En las instancias de evaluación se tomarán en cuenta los siguientes criterios:

- Objetividad y coherencia en razonamientos, que permitan al estudiante la comprensión lectora desde una reflexión crítica de la bibliografía.
- Dominio de contenidos específicos conceptuales, que permita establecer relaciones, obtener conclusiones y elaborar explicaciones con base argumentativa.
- Comunicación oral y escrita, utilizando lenguaje técnico, claro y coherente.
- Prolijidad, puntualidad y formalidad en la presentación de las actividades planificadas y trabajos prácticos.
- Intervención activa en clase a partir de la discusión de ideas, conceptos y estudios de casos.

Criterios de evaluación: A lo largo del cursado se realizarán dos (2) exámenes parciales, de modalidad escrita y de carácter individual. Cada uno de los exámenes parciales tendrá su instancia de *recuperación*.

Modalidad de aprobación de la asignatura:

Los estudiantes podrán acreditar la asignatura mediante dos alternativas:

A) Regularización de la materia: el estudiante obtiene la condición de regular y debe rendir un examen final.

B) Promoción directa de la materia: el estudiante acredita la asignatura sin examen final, cumpliendo con requisitos adicionales.

Requisitos y condiciones para obtener la regularidad y/o promocionalidad

A) Acreditación por regularización

Para obtener la condición de regular, el estudiante deberá cumplir con los siguientes requisitos:

A.1) Evaluaciones parciales

- Aprobar dos (2) exámenes parciales que podrán incluir ejercicios teóricos y prácticos de análisis y reflexión.
- Cada parcial se aprueba con una nota mínima de 6 (seis) puntos.
- Cada estudiante dispone de una (1) instancia de recuperación por parcial.
- La instancia de recuperación podrá utilizarse para:
 - a) Aprobar el parcial en caso de no alcanzar los 6 puntos requeridos.
 - b) Mejorar la calificación con el fin de alcanzar los 8 puntos necesarios para la promoción directa.
- Cuando el estudiante rinda el recuperatorio, la nota definitiva de cada parcial será la más alta entre la obtenida en el examen original y la del recuperatorio. En ningún caso se promediarán las notas.

A.2) Actividades prácticas

- Aprobar al menos el 80% de las actividades prácticas propuestas durante el cursado.

A.3) Asistencia mínima

- Asistir como mínimo al 70% de las clases teóricas y prácticas.

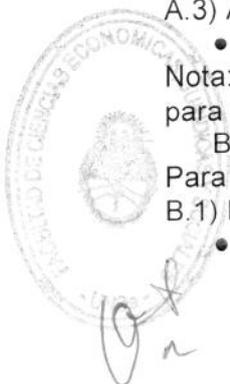
Nota: Si el estudiante obtiene la condición de regular, deberá rendir y aprobar un examen final para acreditar la materia.

B) Acreditación por promoción directa

Para promocionar la materia, el estudiante deberá cumplir con los siguientes requisitos:

B.1) Evaluaciones parciales

- Aprobar dos (2) exámenes parciales.





- Obtener una calificación mínima de 8 (ocho) puntos en cada parcial.
- Los estudiantes podrán utilizar la instancia de recuperación para mejorar la calificación en caso de no alcanzar los 8 puntos necesarios para la promoción.
- La nota final de cada parcial será la más alta entre el examen inicial y el recuperatorio. Significa que, si el estudiante decide rendir el recuperatorio, se comparan las dos notas (la del parcial original y la del recuperatorio) y se toma la más alta como la nota definitiva de ese parcial.

B.2) Actividades prácticas

- Aprobar al menos el 80% de las actividades prácticas.

B.3) Asistencia mínima

- Asistir al menos al 80% de las clases teóricas y prácticas.

CONDICIÓN FINAL

Promoción directa: Si el estudiante aprueba ambos parciales con 8 o más, cumple con los requisitos de asistencia y actividades, acredita la materia sin examen final. No obstante, los docentes pueden en algunas circunstancias pedir la exposición de un "coloquio final" sobre algún tema particular.

Regularidad: Si no alcanza los requisitos para la promoción, pero cumple con los mínimos exigidos para la regularidad, obtiene la condición de regular y deberá rendir un examen final.

Libre: Si el estudiante no aprueba los parciales, no cumple con las actividades prácticas o no alcanza la asistencia mínima, queda en condición de libre.

Algunas otras consideraciones:

Los trabajos prácticos, tanto en caso de alumno regular como promocional, tienen solo una instancia de recuperación, cada uno en fecha y forma a determinar para cada caso por el docente a cargo.

Los alumnos que no hayan superado los exámenes parciales o sus recuperatorios o no hayan cumplido con alguno de los puntos señalados precedentemente, quedarán como alumnos libres.

Los momentos de enseñanza-aprendizaje durante estos años, han demostrado que una opción factible de aprendizaje significativo son las clases teóricas-prácticas. Por ende, cada contenido teórico será abordado desde un planteamiento práctico y reflexivo. También se considera fundamental desarrollar salidas de campo, donde los estudiantes puedan conocer de manera general la situación del sector hotelero de la localidad de Cafayate; obteniendo un análisis de la realidad concreta, lo cual le proporciona a los futuros técnicos en turismo una base sólida para comprender y gestionar un sector clave en el desarrollo de destinos turísticos.

De esta manera, trabajar con los estudiantes a través de situaciones concretas que suceden en el destino, o bien en la actividad hotelera de un destino, los posiciona en una instancia de aprendizaje basado en el análisis de casos y la reflexión, indagando de manera crítica algunas situaciones que se hacen presentes en los destinos. Se busca por tanto, no solo un aprendizaje conceptual, procedimental y técnicos del área de hotelería, sino también un aprendizaje social y crítico de la propia actividad.

Modalidad y criterios de evaluación en examen final (condición regular y libre)

Al finalizar el cuatrimestre los estudiantes en condición regular deberán rendir un examen final, el mismo podrá ser escrito u oral. En ambos casos el examen final se aprueba con nota igual o superior a 4 (cuatro).

Los estudiantes en condición de libre deberán rendir un examen escrito y un examen oral. El escrito es eliminatorio y su aprobación será con 4 (cuatro) como mínimo. De ser aprobado se tomará una instancia oral que también deberá ser aprobada con 4 (cuatro) como mínimo.

Los alumnos regulares y libres deberán presentarse en los exámenes finales con el programa vigente correspondiente.





PROCESOS Y SISTEMA DE EVALUACIÓN

De la Enseñanza

Para evaluar la práctica docente de enseñanza, se aplicarán cuestionarios con preguntas abiertas, se dialogará con los estudiantes, se analizará de manera crítica el nivel de cumplimiento de los contenidos teóricos y prácticos programados. De esta manera, se pone a revisión permanente la práctica docente a fin de mejorar los métodos de enseñanza para que los mismos sean de calidad de acuerdo a cada grupo de estudiantes.

Del Aprendizaje

Se aplicarán instancias de autoevaluación por parte de los estudiantes. Dichas autoevaluaciones no tendrán calificación alguna, el objetivo es aplicar el auto análisis del rol de los estudiantes, que sirva a modo reflexivo y crítico de sus propios avances en los estudios académicos en el nivel universitario. Con ello, se espera que el propio estudiante logre reconocer no solo lo aprendido, sino también aquellos conocimientos que le son "difíciles", o bien momentos de enseñanza - aprendizaje que pudieran "entorpecer" o "dificultar" su aprendizaje.

Por otro lado, si bien se consideran dos instancias de evaluación para los estudiantes, es importante destacar que el instrumento de evaluación no siempre será el mismo, con lo cual el instrumento de evaluación va a depender del grupo de estudiantes, y del análisis que el docente realice y considere que es mejor para lograr el aprendizaje. A su vez, si bien se consideran dos instancias parciales, hay que destacar que los trabajos prácticos también son instancias de la evaluación de aprendizaje como proceso, y en el caso de la Unidad 2, que refiere (entre otras cosas) a la aplicación y ejercicio práctico de los programas informáticos, tendrán una importancia relevante su aprobación.

A
n

Cra. ROSALIA HAYDÉE JAIME
Secretaria de As. Académicos
Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - U.N.sa.



Cra. MARIA ALEJANDRA NAVAS
VICEDECANA
Fac. Cs. Económicas, Jurídicas y Sociales - U.N.Sa.



ANEXO II
PLANIFICACIÓN ANUAL

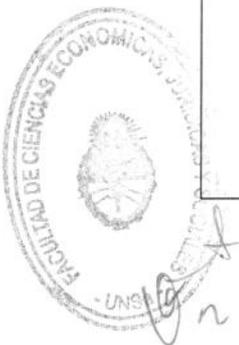
Asignatura:	Hotelería II
Departamento docente:	-
Carrera(s):	TECNICATURA UNIVERSITARIA EN GESTIÓN DE TURISMO
Sede:	EXTENSIÓN ÁULICA CAFAYATE
Período Lectivo:	2025
Plan de Estudios:	2013
Año de la carrera:	2º AÑO
Cuatrimestre:	SEGUNDO
Carga horaria total:	90 HORAS
Carga horaria semanal:	4 HORAS

EQUIPO DOCENTE:

Docente	Categoría	Dedicación	Correo Electrónico
AGUILERA M. ANABEL	ADJUNTO	TEMPORARIO SIMPLE	maguilera@eco.unsa.edu.ar
SAMANTA IVONE FERNANDEZ	JEFE DE TRABAJOS PRÁCTICOS	REGULAR SIMPLE	samantafernandezreyes@gmail.com

PROGRAMA DE TRABAJOS PRÁCTICOS

<p>Trabajo Práctico N° 1: "Nuevas lógicas de comercialización"</p> <p>Contenidos: Las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la estructura tradicional del mercado de viajes y turismo. Evolución de la intermediación turística "del mostrador a la virtualidad". La redefinición de la comercialización y distribución de los servicios turísticos. Análisis de las nuevas lógicas de comercialización en el turismo.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Reconocer el papel de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en la transformación de la estructura tradicional del mercado de viajes y turismo. Analizar la evolución de la intermediación turística, identificando los cambios del modelo presencial ("del mostrador") hacia entornos virtuales y digitales. Examinar cómo la comercialización y distribución de servicios turísticos se han redefinido a partir de la incorporación de herramientas tecnológicas. Identificar y evaluar las nuevas lógicas de comercialización en el turismo (economía colaborativa, comercio electrónico, omnicanalidad, big data, etc.) y su impacto en la competitividad del sector.
<p>Trabajo Práctico N° 2: "Customer Journey: análisis de los puntos de contacto con el visitante en el mundo digital"</p> <p>Contenidos: Análisis de las nuevas lógicas de comercialización en el turismo. Cambios en la forma de vincularse con el visitante. El ciclo de viaje o el "customer journey".</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Comprender el concepto de "customer journey" en el contexto turístico, identificando sus etapas y puntos de contacto con el visitante. Analizar cómo han cambiado las formas de vinculación con el visitante antes, durante y después del viaje, a partir de la incorporación de TIC y nuevas estrategias de comunicación. Identificar oportunidades de mejora en la experiencia del visitante en cada etapa del ciclo de viaje. Aplicar el modelo del customer journey al análisis de un caso real, mapeando los puntos de contacto y evaluando su efectividad. Proponer acciones concretas para optimizar la relación con el visitante y aumentar su satisfacción y fidelización.





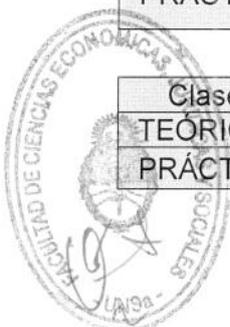
<p>Trabajo Práctico N° 3: "La brecha digital en destinos emergentes: desafíos de la transformación digital en territorios turísticos"</p> <p>Contenidos: Brecha digital y desigualdad en la incorporación de TIC en destinos emergentes: casos de análisis territoriales.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprender el concepto de brecha digital y su impacto en la competitividad turística de destinos emergentes. • Analizar las desigualdades en la incorporación de TIC entre distintos actores del sector turístico, considerando factores geográficos, económicos y de infraestructura. • Examinar casos reales de destinos o prestadores con limitaciones tecnológicas, identificando causas y consecuencias de la brecha digital.
<p>Trabajo Práctico N° 4 : "Simulador de operaciones hoteleras"</p> <p>Contenidos: Sistemas informáticos aplicados a la gestión hotelera: CRS (Central Reservation System), PMS (Property Management System), POS (Point of Sale), Channel Manager, RMS (Revenue Management System), DMS (Destination Management System). Funciones básicas, características generales, rol y beneficios de cada sistema en la gestión operativa, comercial y de experiencia del cliente. Simulación práctica sobre el uso de los sistemas.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reconocer las funciones y características generales de los principales sistemas informáticos aplicados a la gestión hotelera: CRS, PMS, POS, Channel Manager, RMS y DMS. • Identificar la relación e integración entre distintos sistemas de gestión para optimizar la operación hotelera. • Ejecutar tareas operativas básicas en un entorno de software hotelero real o simulado, incluyendo carga de datos, actualización de disponibilidad, gestión de reservas, check-in/check-out, facturación, housekeeping y tarifas.
<p>Trabajo Práctico N° 5: "Estrategia en acción: simulación de comunicación digital para un hotel"</p> <p>Contenidos: Estrategias digitales. Aspectos conceptuales generales de la comunicación digital aplicada a la gestión hotelera. Aplicación práctica a un caso simulado. Herramientas de medición de desempeño digital. Actividad de simulación.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprender los conceptos básicos de las estrategias digitales y su aplicación al sector turístico y hotelero. • Identificar herramientas y canales de comunicación digital aplicables a la gestión hotelera. • Diseñar una propuesta de comunicación digital para un caso simulado de empresa o destino turístico. • Aplicar herramientas de medición y análisis de desempeño digital (por ejemplo, métricas de redes sociales, Google Analytics, indicadores de campañas). • Evaluar la efectividad de la estrategia digital diseñada, proponiendo mejoras basadas en datos simulados.

HORARIOS DE CLASES

Clases	Comisión N°	Docente	Días	Horario
TEÓRICAS	Única	Lic. Aguilera M. Anabel	Martes	19 a 21hs
PRÁCTICAS	Única	Lic. Fernández Samanta Ivone	Lunes	21 a 23hs

HORARIOS DE CLASES POR ZOOM (Optativo)

Clases	Comisión N°	Docente	Días	Horario
TEÓRICAS	Única	Lic. Aguilera M. Anabel	Martes	19 a 21hs
PRÁCTICA	Única	Lic. Fernández Samanta Ivone	Lunes	21 a 23hs





DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA HORARIA

SEMANA N°	FECHA	CLASES TEÓRICAS	CLASES PRÁCTICAS
		TEMA	TEMA
1	11/08		Presentación de la materia Breve introducción a la UNIDAD 1
1	12/08	UNIDAD 1	
2	18/08		UNIDAD 1
2	19/08	UNIDAD 1	
3	25/08		UNIDAD 1
3	26/08	UNIDAD 1	
4	1/09		UNIDAD 1
4	2/09	UNIDAD 2	
5	8/09		UNIDAD 2
5	9/09	UNIDAD 2	
6	15/09		UNIDAD 2
6	16/09	UNIDAD 2	
-	22 al 26		Mesas de exámenes
-	22 al 26	Mesas de exámenes	
7	29/09	1° Examen Parcial Horario: 21 A 23hs	
7	30/09	UNIDAD 2	
8	06/10		UNIDAD 2
8	7/10	UNIDAD 2	
9	13/10		UNIDAD 2
9	14/10	UNIDAD 2	
10	20/10		UNIDAD 2
10	21/10	Examen Parcial Recuperatorio Horario: 19 a 21hs	
11	27/10		UNIDAD 3
11	28/10	UNIDAD 3	
12	03/11		UNIDAD 3
12	04/11	UNIDAD 3	
13	10/11	2° Examen Parcial Horario: 21 a 23 hs	
13	11/11	UNIDAD 3	
14	17/11		UNIDAD 3
14	18/11	2° Examen Parcial Recuperatorio Horario: 19 a 21 hs	
CANTIDAD DE CLASES		14	14
Hs. por Clase		2	2
CARGA HORARIA		28 hs	28 hs
CARGA HORARIA VIRTUAL		12 hs	12 hs
CARGA HORARIA SALIDAS DE CAMPO		10 HS	
CARGA HORARIA TOTAL		90 HS	





PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES POR CUATRIMESTRE

Actividades de Docencia	Docente a cargo	Cuatrimestre (1º y 2º)
Planificación integral de actividades presenciales y virtuales	Lic. AGUILERA, M. Anabel	1º y 2º
Reformulación , control y resolución de Trabajos Prácticos	Lic. Samanta I. Fernandez	2º
Revisión y control de bibliografía	Lic. AGUILERA, M. Anabel	1º y 2º
Dictado de clases teóricas	Lic. AGUILERA, M. Anabel	2º
Dictado de clases prácticas	Lic. Samanta I. Fernandez	2º
Actividades de Investigación	Docente a cargo	Cuatrimestre (1º y 2º)
Actividades de Extensión	Docente a cargo	Cuatrimestre (1º y 2º)
Participación en el Proyecto de Extensión con participación Estudiantil "Quebrada del Toro en Acción"	Coordinadora de relevamiento Área Turismo: Aguilera, M. Anabel	2º

CLASES DE CONSULTA

Día Semana	Horario	Periodicidad	Lugar	Responsable/s
Martes	18 a 19	cada 15 días	Extensión Áulica Cafayate	Aguilera, M. Anabel
Martes	8 a 10	cada 15 días	Extensión Áulica Cafayate	Fernández, Samanta

CONSULTAS ON-LINE Y/O POR PLATAFORMA (Optativo)

Día Semana	Correo electrónico	Responsable/s
Jueves	maguilera@eco.unsa.edu.ar	Aguilera, M. Anabel
Jueves	samantafernandezreyes@gmail.com	Fernández, Samanta

REUNIONES DE CÁTEDRA

Día Semana	Horario	Periodicidad	Lugar
Jueves	A convenir	Cada 15 días	Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales

ACTIVIDADES DE CAPACITACIÓN Y PERFECCIONAMIENTO DOCENTE

Curso	Docente/s	Lugar y fecha
Especialización en Docencia Universitaria	Lic. Aguilera M. Anabel	Facultad de Ciencias de la Salud Cursando hasta diciembre
Cursos de Capacitación a dictarse por el Ministerio de Turismo y Deporte de la provincia de Salta	Lic. Aguilera M. Anabel	A confirmar
La inclusión en la Educación Superior: Salud mental y experiencias pedagógicas	Fernández, Samanta	Universidad Nacional de Salta, agosto 2025
IA generativa para docentes universitarios	Fernández, Samanta	Universidad Católica de Salta, septiembre 2025





PARTICIPACIÓN EN REUNIONES CIENTÍFICAS

Reuniones científicas	Lugar y fecha

ACTIVIDADES DE EXTENSIÓN Y/O SEMINARIOS

Tipo de Actividad	Responsables	Fecha y lugar de ejecución

DISTRIBUCIÓN HORARIA SEMANAL ESTIMADA DEL EQUIPO DOCENTE:

Docente	Docencia	Investigación	Gestión	Extensión
Lic. Aguilera M. Anabel	7			3
Lic. Fernandez Samanta	10			

OTRAS ACTIVIDADES

La Lic. Aguilera M. Anabel también es docente de las asignaturas Hotelería I y Comercialización en Cafayate, durante el primer cuatrimestre. Y docente de Planificación y Proyecto de Inversión en el segundo cuatrimestre.

También participa de manera voluntaria en el programa "Desarrollo de Alianza Yuluca (AYLAC)", una iniciativa del GSTC orientada a impulsar el turismo sostenible en América Latina y el Caribe. Del mismo modo, colabora con la Fundación Cóndor en el eje de Emprendedurismo.

OBSERVACIONES:

Se pone a disposición de los alumnos el uso de todos los recursos tecnológicos que se consideran aptos a efectos de mejorar el proceso enseñanza-aprendizaje. Se habilita un WhatsApp grupal para el grupo de estudiantes de manera de tener una comunicación directa con los estudiantes; un espacio áulico virtual a través de la plataforma Moodle, y el uso de Google Meet y/o zoom para encuentro virtuales semanales.

✓

Cra. ROSALIA HAYDÉE JAIME
Secretaria de As. Académicos
Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - U.N.Sa.



Cra. MARIA ALEJANDRA NAVAS
VICEDECANA
Fac. Cs. Económicas, Jurídicas y Sociales - U.N.Sa.