

CÓRDOBA, 22 NOV 2019.-

VISTO:

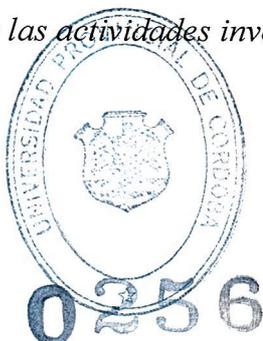
La oportunidad de crear una carrera universitaria referida a los servicios de viajes y turismo dentro del ámbito de la Facultad de Turismo y Ambiente de la presente Universidad;

Y CONSIDERANDO:

Que la necesidad de acompañar el proceso de normalización cumplimentando lo que indica el Proyecto Institucional en lo que respecta a la transformación de las carreras de nivel superior no universitarias en carreras universitarias, se considera oportuno crear la Tecnicatura Universitaria en Gestión de Viajes y Turismo como carrera universitaria de pregrado dentro del ámbito de la Facultad de Turismo y Ambiente de la Universidad.

Que la Facultad de Turismo y Ambiente remite a la Secretaría Académica de Rectorado proyecto de plan de estudios de la carrera, y con posterioridad la mencionada Secretaría eleva al Rectorado proyecto analizado.

Que en Argentina y en la provincia de Córdoba, en particular, el turismo es una fuente generadora de empleo el cual requiere recursos humanos especializados en cada una de las actividades involucradas.



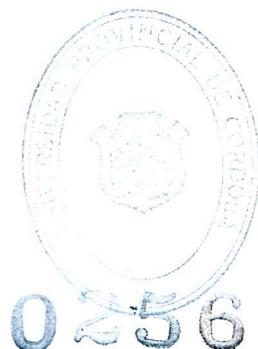
Que la propuesta propone formar profesionales capaces de desempeñar las funciones técnicas operativas vinculadas al asesoramiento, producción, intermediación y comercialización de servicios en empresas de viajes y transporte de pasajeros; y competentes, además, para brindar asistencia técnica a organizaciones del sector público y privado; y participar en equipos interdisciplinarios orientados al desarrollo del sector turístico.

Que compete a las instituciones universitarias crear carreras de pregrado, grado y posgrado en función de la autonomía académica e institucional consagrada por el art. 29 inc. d) de la Ley N° 24.521 de Educación Superior, asimismo, la Ley Provincial N° 9375 de creación de la Universidad confiere la autonomía académica en igual sentido.

Que en este sentido corresponde la creación de la Tecnicatura Universitaria en Gestión de Viajes y Turismo a dictarse en la Facultad de Turismo y Ambiente de la Universidad.

Que la propuesta elevada se ajusta a los extremos, fundamentos y fines contemplados en el “Proyecto Institucional” aprobado mediante Decreto N° 1409/2012 del Poder Ejecutivo Provincial.

Que conforme lo establece el art. 2 de la Ley 9375 y su modificatoria, la Universidad Provincial de Córdoba, se integra al sistema educativo como órgano máximo de la Educación Provincial, articulándose con los demás niveles educativos y colaborando con los mismos en su evaluación, planificación y formación de recursos humanos, especialmente con las instituciones de educación superior.



Que conforme a lo dispuesto por los artículos por el artículo 14 de la Ley Provincial N° 9.375 y su modificatoria, corresponden a la Rectora Normalizadora las atribuciones propias de su cargo, y a su vez, aquellas que el Estatuto le asigna a los futuros órganos de gobierno de la Universidad.

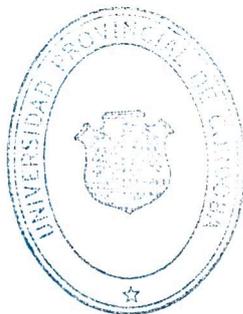
En virtud de todo ello, la normativa citada y en uso de sus atribuciones;

**LA RECTORA NORMALIZADORA
DE LA UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE CÓRDOBA
RESUELVE:**

Artículo 1°: *CRÉASE la Tecnicatura Universitaria en Gestión de Viajes y Turismo, como carrera universitaria de pregrado, la cual otorgará el título de Técnico/a Universitario/a en Gestión de Viajes y Turismo, se dictará en la Facultad de Turismo y Ambiente de la Universidad Provincial de Córdoba.*

Artículo 2°: *APRUÉBASE, el plan de estudios que en Anexo I se acompaña y forma parte de la presente resolución.-*

Artículo 3°: *PROTOCOLÍCESE, comuníquese y archívese.-*



RESOLUCIÓN N° **0256** .-


Lic. Raquel Krawchik
Rectora Normalizadora
Universidad Provincial de Córdoba

Anexo I

**UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE CORDOBA
FACULTAD DE TURISMO Y AMBIENTE**

TECNICATURA UNIVERSITARIA EN GESTIÓN DE VIAJES Y TURISMO

1. Identificación de la carrera

1.1. Nombre de la carrera

Tecnicatura Universitaria en Gestión de Viajes y Turismo

1.2. Nombre de título a otorgar

Técnico/a Universitario/a en Gestión de Viajes y Turismo

1.3. Duración estimada

3 (tres) años

1.4. Carga horaria total

1984 (mil novecientos ochenta y cuatro) horas reloj

1.5. Nivel académico universitario

Pregrado

1.6. Ubicación en la estructura institucional

Facultad de Turismo y Ambiente

1.7. Fundamentación

Las empresas de viajes representan uno de los pilares fundamentales en el desarrollo del turismo en virtud de las actividades de intermediación y organización que llevan a cabo en la comercialización de servicios individuales y viajes combinados. Su papel en la cadena de distribución turística resulta clave tanto en lo concerniente al asesoramiento experto a los pasajeros, como en lo referente al diseño de productos y al acercamiento de los diversos servicios turísticos a los destinatarios finales. En Argentina, el total de agencias de viajes creció un 20,9 % entre 2007 y 2017, lo cual evidencia la constante expansión del



0256

sector en los últimos años. En lo que respecta a su distribución geográfica, según estadísticas del año 2017, Córdoba es la provincia que concentra el mayor número de agencias de viajes, a continuación de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y de la provincia de Buenos Aires.¹

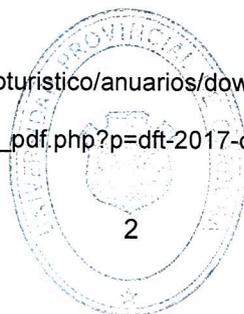
Situadas en un escenario en el que las innovaciones tecnológicas modifican vertiginosamente las coordenadas de tiempo y espacio involucradas en los procesos de comercialización de servicios, las empresas de viajes enfrentan de manera constante el desafío de actualizar las estrategias y herramientas que les permitan avanzar acompañando estas transformaciones. Del mismo modo, las características particulares de los servicios turísticos, sumadas a la marcada segmentación de la demanda, cada vez más informada, exigente y usuaria habitual de medios de comunicación digitales, requieren de un alto nivel de capacitación para brindar un asesoramiento personalizado y generar propuestas turísticas acordes a las expectativas de los pasajeros, en el marco de los renovados modelos en los que se entrelazan los diversos componentes del sistema turístico.

A este respecto, la fuerte vinculación de las empresas de viajes con el ámbito del transporte de pasajeros, hace ineludible el abordaje particular de tal sector. En la actualidad, las agencias canalizan más del 75 %² de las ventas de pasajes aéreos, al tiempo que intervienen en la comercialización de servicios de transporte terrestre, fluvial y marítimo. Es indudable que el transporte se constituye en un factor determinante para el desarrollo del turismo, puesto que representa el medio necesario para llegar al destino y realizar los desplazamientos dentro del núcleo visitado. A su vez, involucra procesos de producción, prestación y distribución transformados en virtud de esquemas emergentes que modifican los tradicionales. En el ámbito local es pertinente señalar que, en los últimos cuatro años, el aeropuerto cordobés, Aeropuerto Ing. Aeronáutico Ambrosio Taravella, duplicó su tráfico, alcanzando su cifra máxima

¹

<http://www.faevyt.org.ar/observatorioturistico/anuarios/download.html?path=OEATUR+Anuario+2017+.pdf>

² www.ladevi.travel/private/app/hard_pdf.php?p=ddf-2017-octubre-8-2284-43



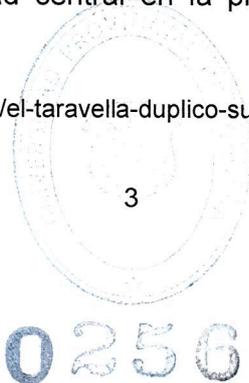
en marzo de 2018, al superar los tres millones de viajeros anuales³. La versatilidad y disponibilidad de medios de transporte para el desplazamiento de los turistas desde y hacia diversas partes del mundo son claros indicadores de la búsqueda de conectividad como condición de crecimiento del sector.

Recogiendo las perspectivas señaladas hasta aquí, se hace necesario precisar que, tanto la actividad de las agencias de viajes como la de las empresas de transporte de pasajeros, se encuentran sometidas a una doble exigencia. Por una parte, se impone una actuación profesional responsable que, operando en todo momento de acuerdo con el marco normativo correspondiente, proporcione seguridad al viajero y le garantice prestaciones de calidad. Al mismo tiempo, se presenta como requerimiento imprescindible considerar que la satisfacción de las expectativas e intereses de los visitantes, y de las propias organizaciones turísticas, deben conjugarse con la satisfacción de las comunidades receptoras en el marco de una concepción del turismo cuyo principio rector es la sustentabilidad en sus dimensiones ambientales, sociales y económicas. En tal sentido, es preciso que el quehacer de las entidades y empresas de viajes se traduzca en prácticas sustentables estructuradas en torno a la ética ambiental y el compromiso social.

En vinculación con lo anterior, se propende a que e/la Técnico/a Universitario/a en Gestión de Viajes y Turismo sea capaz de situar su desempeño a partir de la comprensión de los procesos que originaron y consolidaron al turismo como práctica social, sector y sistema, identificando tanto los factores que posibilitaron la diversificación y masificación del viaje circular turístico, como los procesos que consolidaron al turismo en el marco de una compleja trama de interrelaciones internacionales, nacionales y locales.

Al mismo tiempo, teniendo en cuenta los estrechos vínculos entre los sectores público y privado que caracterizan el desarrollo del turismo, la formación de este perfil técnico requiere el abordaje de los rasgos constitutivos y las acciones del Estado como principal estructura contemporánea de gestión nacional e internacional, en tanto entidad central en la planificación y ejecución de las

³ <https://www.lavoz.com.ar/negocios/el-taravella-duplico-su-trafico-en-cuatro-anos>



políticas turísticas, diferenciando e interrelacionando los momentos históricos en el vínculo entre Estado-sociedad-turismo que moldearon los rasgos funcionales del sistema turístico actual local, nacional e internacional. La construcción de estos conocimientos posibilitará al /la técnico/a interpretar e intervenir en los encuadres, miradas y problemáticas sociales a considerar desde distintos ámbitos y estratos de la gestión en turismo.

Por último, y en virtud de la naturaleza del accionar de los/las profesionales, resulta pertinente propiciar una formación que fortalezca el manejo de los entornos digitales y sus transformaciones, y además potencie el desarrollo de habilidades para la comunicación y resolución de problemas emergentes durante las distintas fases del proceso de comercialización y prestación de servicios de viajes y de transporte, con capacidad de adaptación, flexibilidad y aptitud para el trabajo en equipo.

El/la Técnico/a Universitario/a en Gestión de Viajes y Turismo será un/una profesional capacitado/a para contribuir al desarrollo del turismo receptivo, renovar la oferta a partir del diseño de productos turísticos que pongan en valor el patrimonio local y atenúen la estacionalidad, acompañando la evolución de las tendencias del sector y en el marco de los planes estratégicos de turismo que rijan a nivel local, regional, nacional y/o internacional.

2. Horizontes de la carrera

2.1. Objetivos de la carrera

- Formar en técnicas y procedimientos específicos para la comercialización de servicios de viajes y de transporte con criterios de calidad y sustentabilidad.
- Desarrollar competencias para el diseño de productos turísticos, la organización de viajes y el asesoramiento a los pasajeros acerca de destinos y servicios turísticos.
- Promover la actitud de servicio focalizada en la prestación de los servicios de viajes y de transporte con orientación al cliente.

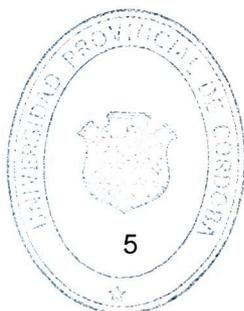


- Favorecer la integración interdisciplinaria para la comprensión y resolución de las problemáticas propias del sector de viajes y de transporte con espíritu crítico, reflexivo, sentido ético y compromiso social.
- Desarrollar competencias vinculadas a la gestión y administración de empresas de viajes y transportes.
- Desarrollar competencias para acompañar el diseño e implementación de políticas turísticas acordes a la evolución de las tendencias del sector.

2.2. Perfil del egresado

Se espera que el/la Técnico/a Universitario/a en Gestión de Viajes y Turismo sea un/a profesional que haya adquirido conocimientos, habilidades y /o actitudes relativos a:

- El asesoramiento, producción, intermediación y comercialización de servicios en empresas de viajes y transporte de pasajeros.
- La asistencia técnica a organizaciones del sector público y privado.
- La participación en equipos interdisciplinarios orientados al desarrollo del sector turístico.
- La aplicación de conocimientos del entorno social en que se inserta su actividad profesional.
- La incorporación de criterios de calidad y sustentabilidad, ética ambiental y compromiso social en su desempeño laboral.
- Al fortalecimiento del manejo de los entornos digitales y sus transformaciones para el desempeño de sus funciones técnicas operativas.
- La gestión de empresas de viajes y turismo y transporte de pasajeros propias o de terceros.



2.3. Alcances del título

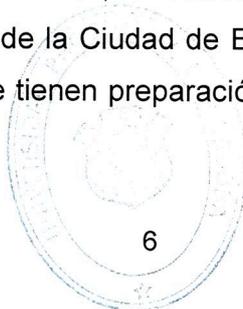
El/la Técnico/a Universitario/a en Gestión de Viajes y Turismo estará habilitado/a para:

- Participar en la comercialización y/o intermediación relativa al proceso de venta de servicios de viajes y de transporte.
- Asesorar al pasajero, brindando información acerca de los destinos y servicios turísticos ofrecidos.
- Colaborar en el diseño de productos y servicios turísticos promoviendo la conservación del patrimonio y el desarrollo local.
- Contribuir a la resolución de situaciones problemáticas vinculadas a los servicios de viajes y de transporte.
- Participar en equipos interdisciplinarios brindando asistencia técnica sobre servicios turísticos en organizaciones del ámbito público y privado, acompañando la evolución de las tendencias del sector.
- Hacer uso de manera eficiente de los entornos digitales y sus transformaciones para el desempeño de sus funciones técnicas operativas.
- Gestionar empresas de viajes y turismo y transporte de pasajeros propias o de terceros.

3. Diseño curricular de la carrera

3.1. Requisitos de ingreso

Las condiciones de ingreso a la carrera son las estipuladas en el artículo 7 de la LES N° 24.521: "Para ingresar como alumno a las instituciones de nivel superior, se debe haber aprobado el nivel medio o el ciclo polimodal de enseñanza*. Excepcionalmente, los mayores de 25 años que no reúnan esa condición, podrán ingresar siempre que demuestren, a través de las evaluaciones que las provincias, la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires o las universidades en su caso establezcan, que tienen preparación y/o experiencia laboral acorde



con los estudios que se proponen iniciar, así como aptitudes y conocimientos suficientes para cursarlos satisfactoriamente”.

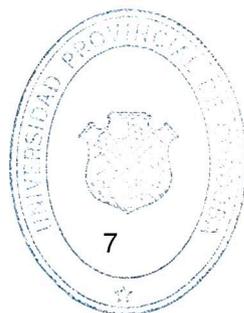
Nota: *o equivalente en la LEN.

3.2 Requisitos de egreso

Certificar prácticas de vinculación territorial comunitaria en proyectos de la Universidad Provincial de Córdoba.

3.3 Estructura curricular

a. Unidades curriculares, código, formato, asignación horaria semanal, total y condición académica



1° Año											
Unidades curriculares anuales											
Unidad Curricular		Cód. UC ⁴	Formato curricular	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica					
Lengua extranjera con fines específicos 1		01	Asignatura	64	2	Promoción Regular Libre					
Lengua extranjera con fines específicos 2		02	Asignatura	64	2	Promoción Regular Libre					
Práctica profesionalizante 1		03	Práctica Profesionalizante	128	4	Promoción Regular					
Unidades curriculares cuatrimestrales											
1° cuatrimestre					2° cuatrimestre						
Unidad Curricular	Cód. UC	Formato	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica	Unidad Curricular	Cód. UC	Formato	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica
Introducción al turismo	04	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre	Seminario electivo institucional	07	Seminario	32	2	Promoción Regular
Entornos contemporáneos del turismo	05	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre	Lectura y escritura académicas	08	Asignatura	32	2	Promoción Regular Libre
Espacio turístico cordobés	06	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre	Informática y nuevas tecnologías	09	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre
						Relaciones laborales	10	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre

⁴ Código de la Unidad Curricular.

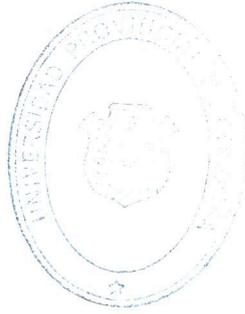
Totales 1° año

Unidades curriculares: 10 (diez) - 3 (tres) anuales y 7 (siete) cuatrimestrales

Horas reloj anuales: 640 (seiscientos cuarenta)

Horas reloj semanales: Primer cuatrimestre: 20 (veinte) y segundo cuatrimestre: 20 (veinte)

0256



2° Año

Unidades curriculares anuales

Unidad Curricular	Cód. UC	Formato curricular	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica
Lengua extranjera con fines específicos 3	11	Asignatura	64	2	Promoción Regular Libre
Lengua extranjera con fines específicos 4	12	Asignatura	64	2	Promoción Regular Libre
Práctica profesionalizante 2	13	Práctica profesionalizante	128	4	Promoción Regular

Unidades curriculares cuatrimestrales

1° cuatrimestre						2° cuatrimestre					
Unidad curricular	Cód. UC	Formato	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica	Unidad curricular	Cód. UC	Formato	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica
Organización y gestión de empresas de servicios turísticos	14	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre	Organización de empresas de viajes y transporte	17	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre
Producción y venta de servicios turísticos 1	15	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre	Sistemas de distribución global	18	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre
Espacio turístico argentino y americano	16	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre	Gestión económica administrativa en empresas de viajes y transporte	19	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre

Totales 2° año

Unidades curriculares: 9 (nueve) - 3 (tres) anuales y 6 (seis) cuatrimestrales

Horas reloj anuales: 640 (seiscientos cuarenta)

Horas reloj semanales: Primer cuatrimestre: 20 (veinte) y segundo cuatrimestre: 20 (veinte)

3° Año

Unidades curriculares anuales											
Unidad Curricular		Cód. UC	Formato curricular	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica					
Lengua extranjera con fines específicos 5		20	Asignatura	64	2	Promoción Regular Libre					
Lengua extranjera con fines específicos 6		21	Asignatura	64	2	Promoción Regular Libre					
Práctica profesionalizante 3		22	Práctica Profesionalizante	192	6	Promoción Regular					
Unidades curriculares cuatrimestrales											
1° cuatrimestre					2° cuatrimestre						
Unidad curricular	Cód. UC	Formato	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica	Unidad curricular	Cód. UC	Formato	Horas reloj anuales	Horas reloj semanales	Condición académica
Comercialización de servicios turísticos	23	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre	Comercialización en empresas de viajes y transporte	26	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre
Espacio turístico universal	24	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre	Planeamiento turístico	27	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre
Producción y venta de servicios turísticos 2	25	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre	Servicios y productos turísticos innovadores	28	Asignatura	64	4	Promoción Regular Libre

Totales 3° año

Unidades curriculares: 9 (nueve) - 3 (tres) anuales y 6 (seis) cuatrimestrales

Horas reloj anuales: 704 (setecientas cuatro)

Horas reloj semanales: Primer cuatrimestre: 22 (veintidós) y segundo cuatrimestre: 22 (veintidós)

Totales del plan de estudio

Unidades curriculares: 28 (veintiocho) - 9 (nueve) anuales y 19 (diecinueve) cuatrimestrales

Horas reloj: 1984 (mil novecientas ochenta y cuatro) horas reloj

0256



b. Modalidad de dictado de las unidades curriculares

Todas las unidades curriculares son de modalidad presencial.

c. Contenidos mínimos de las unidades curriculares

PRIMER AÑO

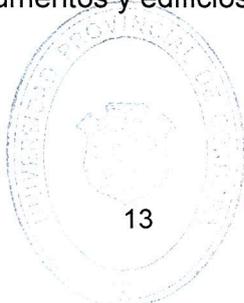
01-Lengua extranjera con fines específicos 1

02-Lengua extranjera con fines específicos 2

Durante su recorrido académico el/la estudiante deberá cursar y aprobar tres niveles, de dos idiomas diferentes, definidos por la Facultad.

Un idioma será asignado a las unidades curriculares Cód.01-Lengua extranjera con fines específicos 1, Cód.11-Lengua extranjera con fines específicos 3 y Cód.20-Lengua extranjera con fines específicos 5; y el otro idioma será asignado a las unidades curriculares Cód.02-Lengua extranjera con fines específicos 2, Cód.12-Lengua extranjera con fines específicos 4 y Cód.21- Lengua extranjera con fines específicos 6. Esto permitirá al/a Técnico/a Universitario/a en Gestión de Viajes y Turismo los conocimientos para el dominio técnico en dos idiomas diferentes.

Trabajos que se desempeñan en las áreas de turismo, alojamiento y en un restaurante. Dar direcciones y explicar dónde se encuentra algún atractivo turístico. Reserva de vuelo. Reserva de habitación. Reserva de mesa. Descripción de aeropuerto. Áreas de un aeropuerto. Procedimiento en un aeropuerto: salida y llegada. Descripción de un hotel. Tipos de habitaciones de un hotel. Hablar acerca de condiciones meteorológicas. Descripción de ciudades y aconsejar a un turista acerca de lugares para visitar y actividades a realizar. Descripción de valijas y otros tipos de equipaje. Descripción de un atractivo turístico. Descripción de monumentos y edificios.



03-Práctica profesionalizante 1

Perfil Profesional. Modos de producción y gestión de servicios turísticos en Argentina. Proceso de venta efectivo en los entornos laborales actuales. Conocimiento del mercado de empresas de viajes a través de actividades de vinculación. Tendencias turísticas.

04-Introducción al turismo

El estudio del fenómeno turístico. Concepto y evolución. Sistema turístico. Oferta y demanda turística. Identidad, turismo y territorio. Tipologías y flujos turísticos. Impactos económicos, ambientales, sociales y culturales del turismo. Desarrollo turístico sustentable. Gestión pública en turismo. Regionalización turística nacional y provincial. Legislación, clasificación y formas de organización de los servicios característicos del turismo. Calidad turística.

05-Entornos contemporáneos del turismo

El Turismo como fenómeno multidimensional en el marco de los procesos históricos contemporáneos. La historicidad como principio explicativo de la reproducción y la expansión del turismo. El orden contemporáneo como bisagra histórica entre las formas pre-turísticas y el surgimiento/consolidación de las formas clásicas de turismo. Viajes, ocio y recreación desde el siglo XIX. El "grand tour". Fases de la industrialización como proceso fundacional del turismo sistémico. La revolución en los transportes desde el siglo XIX. Precursores en un marco de innovaciones y surgimiento de otras formas de turismo. El régimen conservador y el turismo de élite. La expansión ferroviaria. La progresiva federalización del sistema turístico argentino. Internacionalización de las prácticas turístico-sociales desde mediados del siglo XX. Reciprocidad entre capitalismo y turismo. Los viajes como vehículo de intercambio y reciprocidad cultural. Sectorización social del turismo internacional y argentino en el siglo XX. Correlatos en el mercado turístico a diversas escalas. Expansión imperialista, guerras mundiales, conflicto bipolar. Momentos históricos en el vínculo entre

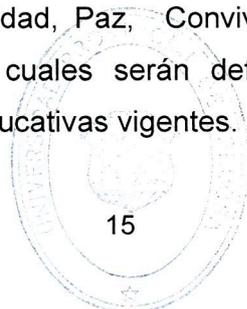
Estado-sociedad-turismo. El caso del Estado Benefactor y su incidencia en la ampliación social de las prácticas turísticas. Argentina y Córdoba bajo el modelo del turismo social. Procesos socio-políticos que consolidaron los centros turísticos argentinos más importantes. Los procesos de transnacionalización, multinacionalización y multiplicación del turismo y los transportes desde el último cuarto del siglo XX. El paradigma de la globalización. Impactos del fenómeno sobre el sistema turístico y diversificación de sus prácticas en un marco de aceleración científico-tecnológica. Cambios socio-económicos que inciden sobre el turismo en el siglo XXI. La sustentabilidad como paradigma frente al inmenso desarrollo del turismo en contextos socio-turísticos locales e internacionales.

06-Espacio turístico cordobés

El espacio geográfico de Córdoba. Córdoba en Argentina y el mundo. Geomorfología. Hidrografía. Flora y fauna. Clima. Ley provincial de turismo. Decretos reglamentarios. El espacio turístico de la provincia de Córdoba. División del espacio turístico cordobés, regiones turísticas y áreas turísticas. Rutas de acceso a la región serrana. Caracterización de cada una de las Áreas turísticas. Principales recursos turísticos. Principales bienes del patrimonio natural y cultural cordobés. Patrimonio de la Humanidad. Patrimonio material e inmaterial de los pueblos originarios, conquista y colonización, inmigración y poblamiento actual.

07-Seminario electivo institucional

Las unidades curriculares electivas promueven el estudio de problemáticas y temáticas que posibiliten a los/las estudiantes, la ampliación y profundización de saberes que complementen su formación universitaria. Dichas unidades curriculares, denominadas “electivas institucionales”, abordarán temáticas vinculadas a Derechos Humanos y Perspectiva de género, Compromiso Universitario, Inclusión y Equidad, Paz, Convivencia, Diversidad, Ambiente, Adicciones, entre otros; las cuales serán definidos por el Rectorado en concordancia a las políticas educativas vigentes.



Se proyectan desde / o con el compromiso de ser una universidad pública, democrática y socialmente comprometida con su comunidad.

08-Lectura y escritura académicas

Búsqueda y selección de fuentes de información. Uso de catálogos de bibliotecas universitarias, buscadores académicos en internet y bases de datos. Principales géneros académico-científicos: parcial, monografía. Modos de organización esenciales en que se manifiesta el discurso académico: la argumentación y la exposición. La lectura como proceso. Competencias lingüísticas, paralingüísticas, discursivas, sociales, culturales e ideológicas. La escritura como proceso. La situación retórica (dimensión pragmática): propósitos, audiencia, ten a. Ethos discursivo. Desagentivación. Procedimientos de incorporación de otras voces en el texto. La cita. Verbos introductorios de la cita. Tipos de cita: cita directa, cita ideológica, alusión a otros textos. Construcción de la bibliografía. Estilos de citación. Pertinencia de la información, adecuación del vocabulario a la situación comunicativa y a la clase textual, establecimiento de relaciones significativas entre las partes que componen el escrito (dimensión semántica). Corrección en la estructuración de las frases y oraciones, presencia de todos los constituyentes sintácticos y de un orden lógico de los elementos (dimensión sintáctica). Marcadores discursivos. Selección léxica, respeto por las normas de concordancia y la elección de la persona gramatical, del tiempo y del modo verbal coherentes con la clase textual y con la intención del texto (dimensión morfológica). Adecuación del escrito a las normativas ortográficas: puntuación, acentuación, uso de mayúsculas, uso de negritas, uso de siglas y abreviaturas. Escritura de proyectos, monografía, trabajos finales.

09-Informática y nuevas tecnologías

Informática en el turismo. Sistema operativo. Manejo de archivos. Redes, comunicaciones e internet. Procesador de textos y presentaciones. Tecnologías de la información y gestión de conocimiento en el ámbito de las empresas de viajes y turismo y transporte. Tendencias y transformaciones. Recursos



informáticos en turismo. Redes sociales. Web 2.0, 3.0, 4.0. Medios de pago y monedas virtuales. Conocimiento y uso de herramientas informáticas básicas y tecnológicas específicas en relación a la actividad de las empresas de viajes y transportes.

10-Relaciones laborales

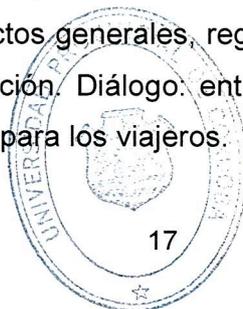
Introducción: estructura y dinámica de los sistemas sociales. Los procesos de socialización y de comunicación. Cultura organizacional, comportamiento y conducta organizacional en empresas de viajes y turismo. Mecanismos de integración, autoridad y poder en las organizaciones. Los grupos de las organizaciones, los operativos y el trabajo en equipo. Análisis del problema y toma de decisiones. Conflicto y negociación. Marco conceptual y jurídico de la seguridad y la salud laboral. Ley de contrato de trabajo. Formalidades en las contrataciones. Convenio colectivo de trabajo. Jornada laboral en las empresas de viajes y turismo. Problemáticas vinculadas al empleo, a la empleabilidad e inserción laboral en el subsector turístico. Factores de riesgo. Liderazgo, participación y emprendedurismo. Desarrollo organizacional y gestión del conocimiento para la calidad en las organizaciones. Responsabilidad social organizacional.

SEGUNDO AÑO

11-Lengua extranjera con fines específicos 3

12-Lengua extranjera con fines específicos 4

Comparación de ciudades, transportes, hoteles, etc. Descripción de paquetes turísticos. Diálogo: contratar distintas excursiones. Cambio o cancelación de un viaje. Argentina: descripción de las distintas regiones, límites, atractivos turísticos, población, capitales, características geográficas principales, comidas típicas, etc. Córdoba: aspectos generales, regiones y atractivos. Confección de un CV y carta de presentación. Diálogo: entrevista de trabajo. Sugerencias y cuidados a tener en cuenta para los viajeros.



13-Práctica profesionalizante 2

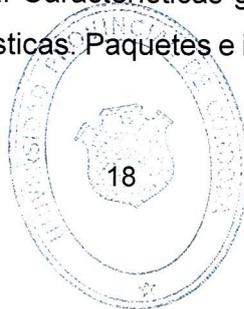
La Práctica profesionalizante 2 integrará los conocimientos disciplinares, habilidades y capacidades desarrollados durante el primer año de la carrera y el desarrollo de las unidades curriculares del segundo año en curso y responderá a una secuenciación temática lógica, gradual y progresiva de integración para todo el trayecto formativo. Operadores turísticos. Destinos que operan. Investigación de oferta actual. Introducción a la cotización de paquetes turísticos en Argentina y América. Cómo se lee un paquete turístico, siglas en hotelería. Trenes turísticos y cruceros fluviales en América. Seguros de asistencia al viajero. Empresas. Beneficios. Área 1, 2 y 3. Venta. Modos de producción y gestión de servicios turísticos. Gestión de paquetes turísticos según área. Gestión de transportes vinculados a la actividad turística. Gestión de venta de servicios de alojamiento, a través de empresas de viajes. Conocimiento del mercado de empresas de transporte locales a través de actividades de vinculación.

14-Organización y gestión de empresas de servicios turísticos

Fundamentos de administración y organización aplicables a las empresas de servicios turísticos. Análisis de las funciones básicas de una organización empresarial. Clasificación y particularidades de las empresas de servicios turísticos. Tipos de organizaciones. Empresas y entidades. Sociedades comerciales. Organizaciones y sociedades unipersonales. Cooperativas. Gestión comercial. Régimen impositivo aplicable a las empresas de servicios turísticos. Documentos comerciales. Régimen de facturación. Normativa vigente general y específica. Principios de economía del turismo. Fundamentos y variables para la fijación de tarifas de venta. Formación laboral.

15-Producción y venta de servicios turísticos 1

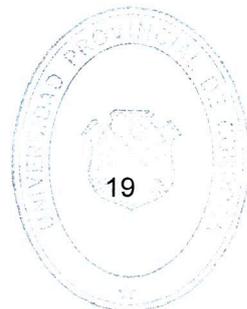
Destinos turísticos de América. Características generales. Manejo de mapas y planos: localización y características. Paquetes e itinerarios turísticos en América



del Sur, Central y Caribe y América del Norte. Diferentes temáticas: turismo cultural, de negocios, de aventura, congresos y convenciones, etc. Tour Operadores y Operadores Mayoristas. Reserva, emisión y venta. Detalle de viaje. Generalidades. Reserva, venta y emisión de líneas de ómnibus regulares y de turismo, servicio de alquiler de autos, trenes turísticos, transporte fluvial y marítimo y alojamiento en Área 1. Cadenas hoteleras. Tarifas e impuestos. Relación entre los hoteles y las agencias de viajes. Tipo de contratación, reserva y operación. Contrato entre ambas partes.

16-Espacio turístico argentino y americano

Ubicación de Argentina en el Continente Americano y en el resto del mundo. Extensión y límites. Superficie continental, insular y antártica. Origen del nombre. División tradicional en provincias. Breve reseña sobre habitantes primitivos, conquista y colonización, inmigración y poblamiento actual. Parcelamiento dinámico en regiones geográficas. Clima. Geomorfología. Hidrografía. Flora y fauna. Los recursos geoturísticos e históricos. Parques, monumentos y reservas naturales nacionales. Pautas básicas para la diagramación de circuitos de acuerdo al relieve regional. Regiones turísticas de Argentina. El espacio geográfico argentino. Argentina y el Mundo. Geomorfología. Hidrografía. Clima. Flora y Fauna. El espacio turístico argentino. Regiones turísticas. Rutas de acceso. Principales recursos turísticos de Argentina. El espacio geográfico de América. Geomorfología, Hidrografía, Clima, Flora y Fauna. El espacio turístico americano. Recursos turísticos de los principales destinos turísticos de América. Definición y caracterización del patrimonio. Marco normativo, medidas de protección y preservación del patrimonio turístico. Valor y uso del patrimonio. Clasificación del patrimonio. Metodologías y técnicas de relevamiento de bienes patrimoniales. Patrimonio de la Humanidad. Impactos del turismo en el patrimonio. Patrimonio material e inmaterial de los pueblos originarios de Norteamérica, América Central y Sudamérica. Patrimonio material e inmaterial moderno de América.



17-Organización de empresas de viajes y transporte

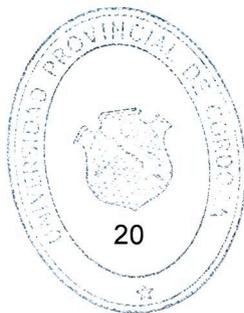
Las organizaciones y las empresas turísticas. Análisis de las funciones claves de las empresas de viajes y de transporte. El transporte: evolución en el mundo y en Argentina. Clasificación del transporte turístico: terrestre, aéreo, acuático. El transporte en la provincia de Córdoba. El transporte y el turismo. Organismos reguladores. Las agencias de viajes. Funciones. Tipologías. Secuencia de inscripción en los organismos oficiales. Procesos de habilitación. Normativa aplicable. Legislación vigente. Breve evolución de la colegiación de profesionales en turismo en Argentina.

18-Sistemas de distribución global

Conferencias de tráfico aéreo IATA. Códigos IATA: ciudades, aeropuertos, aerolíneas. Área 1, 2 y 3: compañías aéreas, rutas internacionales. Tarifas. Clasificación: Normales y especiales. Características. Impuestos. Cálculo. Fees. Sistemas de reservas. Acceso. Codificación. Decodificación. Disponibilidad. Reserva. Cotización. Tipos de emisión. Revisión de Queue. BSP Bank Settlement Plan.

19-Gestión económica administrativa en empresas de viajes y transporte

Circuito de ventas y circuito administrativo en empresas de viajes y de transporte. Gestión de documentos técnicos y comerciales. Costos. Tarifas de venta. Comisiones y márgenes de utilidad. Punto muerto o umbral de rentabilidad. Principales herramientas de estadística aplicables a la gestión de las empresas de viajes. Plan de facturación y pago BSP - IATA: pasos de funcionamiento, documentos, partes intervinientes. Facturación y cálculo del IVA para productos turísticos: procedimientos y normativa específica aplicable a la actividad de las empresas de viajes y de transporte. Fundamentos de administración del flujo de caja.



0256

TERCER AÑO

20-Lengua extranjera con fines específicos 5

21-Lengua extranjera con fines específicos 6

Presentación de un destino turístico en particular. Tipos de viaje: motivación y actividades turísticas. Manejos de situaciones de conflicto con el cliente. Persuadir un cliente de comprar un paquete turístico (vuelo, alojamiento, traslado y alguna excursión). Diálogo: alquiler de autos. Consejos al manejar en distintos países, que documentos se requieren, etc. Alquilar una moto, precauciones. Cruceros: organizar un paquete de un crucero, información general y servicios.

22-Práctica profesionalizante 3

Integra los conocimientos disciplinares, habilidades y capacidades desarrollados durante el segundo año de la carrera y el desarrollo de las unidades curriculares del tercer año en curso y responderá a una secuenciación temática lógica, gradual y progresiva de integración para todo el trayecto formativo. Ámbitos de implementación: Actividades en el entorno socio - productivo y/o de servicios: actividades que permitirán al/la estudiante la aproximación a la realidad del mundo del trabajo. Los tipos y formatos que se utilizarán corresponden a estudio de casos, actividades experimentales, pasantías y actividades en torno a la producción y comercialización de viajes y servicios turísticos combinados de orden municipal, provincial, nacional e internacional en diferentes organismos estatales o privados, respetando la legislación vigente y otras normas concordantes.

23-Comercialización de servicios turísticos

Fundamentos y evolución del marketing de servicios turísticos. Particularidades de los servicios turísticos y criterios de gestión aplicables. Herramientas y variables del marketing mix. Diseño y administración de productos. Criterios de

fijación de precios. Herramientas de comunicación. Estrategias de distribución. Proceso de decisión de compra y comportamiento del consumidor. Comercialización estratégica y operativa. Estrategias competitivas. Segmentación, diferenciación y posicionamiento. Estrategias de marketing digital al servicio de las empresas de servicios turísticos.

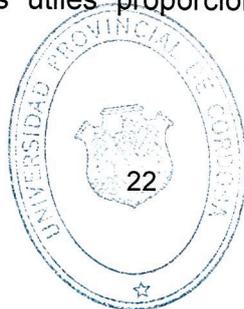
Aplicación de contenidos a los servicios de a los servicios de viajes y transporte.

24-Espacio turístico universal

El espacio geográfico de Europa, Asia, África y Oceanía. Geomorfología. Hidrografía. Clima. Flora y Fauna. El espacio turístico de Europa, Asia, África y Oceanía. Recursos turísticos de los principales destinos turísticos de Europa, Asia, África y Oceanía. Definición y caracterización del patrimonio. Marco normativo, medidas de protección y preservación del patrimonio turístico. Valor y uso del patrimonio. Clasificación del patrimonio. Metodologías y técnicas de relevamiento de bienes patrimoniales. Patrimonio de la Humanidad. Impactos del turismo en el patrimonio. Principales bienes del patrimonio natural y cultural mundial.

25-Producción y venta de servicios turísticos 2

Manejo de mapas y planos: localización y características, áreas 2 y 3. Paquetes e Itinerarios turísticos en Europa, Asia, África, Oceanía e islas del Pacífico Sur. Operadores Mayoristas: Diferentes temáticas: turismo cultural, de negocios, de aventura, congresos y convenciones, etc. Programas turísticos. Tour Operadores y Operadores Mayoristas que los ofrecen. Reserva, venta y emisión de líneas de ómnibus regulares y de turismo, servicio de alquiler de autos, trenes y pases turísticos, transporte fluvial y marítimo y alojamiento en área 2 y 3. Documentación de viaje. Documentación personal: pasaporte, cédula personal, DNI. Visas. Sanidad y medidas preventivas para viajeros. Impuestos, aduanas y monedas. Recomendaciones útiles proporcionadas por el agente de viaje:



0256

vestimenta, electricidad, moneda, hora de presentación, reconfirmación vuelos, documentación, etc.

26-Comercialización en empresas de viajes y transporte

Plan de marketing en empresas de viajes y de transporte: fase estratégica y fase operativa. Unidades estratégicas de negocio (UEN's). Misión. Visión. Objetivos. Segmentación de mercado. Producto. Promoción. Precio. Venta personal. Relaciones públicas. Calidad. Gestión de la información. Estrategias de distribución. Ventajas competitivas y Posicionamiento en el Mercado. Marketing diferenciado e indiferenciado. Marketing de relaciones. Herramientas de comercialización y distribución online. Marketing digital. Manejo de procesos informáticos y de tecnologías específicas aplicables a la comercialización de servicios de viajes y de transporte.

27-Planeamiento turístico

Destinos turísticos sustentables. Introducción a la planificación. El planeamiento turístico como herramienta para el desarrollo sustentable. Relevamiento, evaluación y diagnóstico de componentes del sistema turístico. Formulación de proyectos turísticos vinculados al ejercicio profesional.

28-Servicios y productos turísticos innovadores

Nuevas tendencias, destinos y mercados turísticos. Manejo de mapas y planos: localización y características. Paquetes e itinerarios turísticos creativos. Diseño y armado de productos Round the World y productos especiales. Viajes temáticos. Documentación de viaje. Documentación personal: pasaporte, cédula personal, DNI. Visas. Sanidad y medidas preventivas para viajeros. Impuestos, aduanas y monedas. Recomendaciones útiles proporcionadas por el agente de viaje: vestimenta, electricidad, moneda, hora de presentación, reconfirmación vuelos, documentación, etc.



3.4. Propuesta de seguimiento curricular

El/la responsable académico/a de la carrera estará a cargo de la organización y gestión de esta, con el fin de alcanzar los objetivos y el perfil profesional propuesto. Asimismo, será responsable del seguimiento e implementación del plan de estudios y de su revisión periódica. Tendrá injerencia en acciones de gestión académica como la conformación de equipos, cumplimiento de los programas de las asignaturas, seguimiento de la formación teórica y práctica brindada a los estudiantes, métodos de enseñanza y formas de evaluación, entre otros aspectos.




Lic. Raquel Krawchik
Rectora Normalizadora
Universidad Provincial de Córdoba