

**RESOLUCIÓN N° 32
VIEDMA, 4 de agosto de 2008**

VISTO

La Ley N° 26.330 de creación de la Universidad Nacional de Río Negro (UNRN), para el desarrollo de actividades universitarias en la provincia de Río Negro, la Resolución UNRN N° 10/2008 de Estatuto Provisorio, y la Resolución UNRN N° 4/2008 de áreas disciplinarias y carreras prioritarias a desarrollar en la ciudad de San Carlos de Bariloche,

CONSIDERANDO

Que según lo prescripto por el artículo 49 de la Ley de Educación Superior 24.521, sus decreto reglamentario N° 173/96 (t.o. por Decreto N° 705/97), el Rector Organizador conduce el proceso de formulación del Proyecto Institucional, que debe someter a consideración del Ministerio de Educación y la CONEAU.

Que por el artículo 3 de la Resolución UNRN N° 4 del 13 de marzo de 2008, se definió como área disciplinaria prioritaria las Ciencias Económicas y de la Administración., y las carreras vinculadas a la Administración, la Hotelería y el Turismo.

Que la Cámara de Gastronomía y Hotelería y la Cámara de Turismo de la ciudad de San Carlos de Bariloche se han expresado favorablemente respecto de esta iniciativa.

Que se han celebrado convenios de cooperación académica con la Universidad Nacional de Lanús y con la Universidad Nacional de Quilmes, que han colaborado en el desarrollo de esta carrera y comprometido su cooperación en el futuro.

Que por lo anterior, es oportuno y conveniente poner en marcha la Licenciatura en Turismo.

Que se han elaborado los fundamentos y objetivos de la carrera, los alcances del título y el plan de estudios correspondiente.

Que el Rector Organizador tiene las atribuciones conferidas por el artículo 49 de la Ley N° 24.521, en particular las atribuciones propias del cargo y las que normalmente corresponden al Consejo Superior.

Que el Rector Organizador ha consultado a la Comisión Asesora de la UNRN, cuyos miembros se han manifestado de acuerdo con el desarrollo de esta carrera en la Sede Andina, ciudad de San Carlos de Bariloche.

EL RECTOR ORGANIZADOR

DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO

RESUELVE



UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO

ARTÍCULO 1º: DETERMINAR el dictado de la Licenciatura en Turismo en la Sede Andina, ciudad de San Carlos de Bariloche, a partir del año 2009.

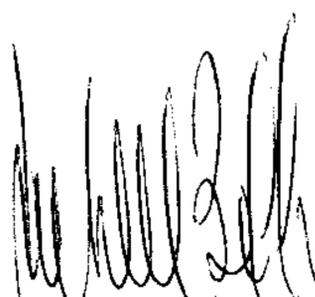
ARTÍCULO 2º: APROBAR los fundamentos y objetivos de la carrera de Licenciatura en Turismo, los alcances del título y el plan de estudios correspondiente, que se adjuntan en el Anexo I.

ARTÍCULO 3º: REALIZAR las acciones necesarias para desarrollar convenios de cooperación académica con universidades argentinas.

ARTÍCULO 4º: INCORPORAR dicho programa de docencia al Proyecto Institucional de la Universidad Nacional de Río Negro.

ARTÍCULO 5º: INFORMAR a la Cámara de Gastronomía y Hotelería y la Cámara de Turismo de la ciudad de San Carlos de Bariloche, a la Secretaría de Políticas Universitarias, a la Universidad Nacional del Comahue, a la Universidad Nacional de Quilmas y a la Universidad Nacional de Lanús, al Ministerio de Turismo de la Provincia de Río Negro, al Ministerio de Educación de la Provincia de Río Negro y a la Legislatura de la Provincia de Río Negro.

ARTÍCULO 6º: REGÍSTRESE, dése a conocer y archívese.



Lic. JUAN CARLOS DEL BELLO
RECTOR ORGANIZADOR
UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO NEGRO

ANEXO
Resolución UNRN N° 32 / 08

Licenciatura en Turismo

BARILOCHE

1.1. DENOMINACIÓN

Licenciatura en Turismo

1.2. NOMBRE DEL TÍTULO

Licenciado/a en Turismo

1.3. CARACTERÍSTICAS DEL TÍTULO

Grado

Título intermedio:

Diplomatura en Administración

1.4. DURACIÓN

Licenciatura: Cuatro años

Diplomatura: Dos años

1.5. UBICACIÓN DE LA CARRERA

Sede Andina, Universidad Nacional de Río Negro

I.3. Duración:

4 años (8 semestres) y 3.072 horas de asistencia obligatoria, que pueden extenderse a 3.584 horas en caso de que el alumno deba asistir a la totalidad de los cursos de Inglés (3 niveles), de Portugués (2 niveles) y de Informática (2 niveles).

Los 4 años de duración de la carrera comprenden dos trayectos: la Diplomatura Universitaria en Turismo y la Licenciatura en Turismo propiamente dicha.

2. FUNDAMENTACIÓN DEL PLAN

2.1. Justificación del desarrollo de la carrera.

La ciudad de San Carlos de Bariloche es uno de los destinos turísticos más importantes del país, siendo la segunda ciudad receptiva de turismo internacional después de la ciudad de Buenos Aires. Es además la ciudad que le otorga carácter turístico a la provincia de Río Negro^{1/}. No sólo es el centro de deportes invernales más importante del país, sino que además cuenta con una temporada de verano de importancia internacional, es un destino importante de turismo de aventura y de pesca deportiva, en particular de truchas, y últimamente está desarrollando una actividad muy importante vinculada a congresos y convenciones.

Esto consolida a esta ciudad como un destino turístico internacional de la mayor importancia, integrante del reducido número de destinos internacionales con que cuenta el país: Ciudad de Buenos Aires, Mendoza, Puerto Iguazú, Bariloche y Ushuaia.

El orden mencionado responde además a las tendencias en boga del turismo, vinculadas en primer lugar al turismo urbano, al turismo de naturaleza y al de actividades. En efecto Buenos Aires y Mendoza, ciudades que concentran más del 80% del turismo receptivo del país, responden a la modalidad de turismo urbano que incluye el cultural, de compras, deportivo, etc. Este tipo de turismo constituye en la actualidad la moderna versión del turismo masivo internacional. Se caracteriza por una oferta muy variada, cada una de las cuales pueden constituir el motivo principal del viaje, pero una vez en destino los viajeros participan en gran parte de lo que ofrece la ciudad.

En segundo lugar en el turismo moderno figura el turismo vinculado a la naturaleza. En este campo el país cuenta con Iguazú, Bariloche y Ushuaia, y otros destinos con menor desarrollo pero en franco crecimiento como Calafate, Puerto Madryn y otros.

^{1/} Destinos de la costa, como Las Grutas, se encuentran aún en una etapa incipiente de su desarrollo y su mayor demanda se origina en ciudades como la de General Roca, en el interior de la provincia. Seguramente puede convertirse en un Destino Turístico muy importante y deberá ser tenido en cuenta entre las carreras vinculadas al turismo en la Universidad Nacional de Río Negro.

Una universidad que elige como sede un Destino Turístico como San Carlos de Bariloche debe responder a las tendencias más modernas, tanto desde el punto de vista de la educación universitaria como de las actividades de su ciudad sede. Es una necesidad muy sentida de la ciudad de tener carreras universitarias de formación en administración del sector.

En este sentido se propone la creación de una carrera de Licenciatura en Turismo con una orientación económica y administrativa, que satisfaga la demanda que genera una actividad tan pujante y sofisticada como la de San Carlos de Bariloche.

Esta orientación por otra parte es acorde a las modernas tendencias del mercado interno, marcadas por desarrollos como Tandil, Mar de las Pampas, etc. Contrasta con otras formas menores del turismo moderno como el turismo rural o el de estancias, para citar dos formas opuestas del turismo vinculado al campo. Sin embargo nada impide que un desarrollo del turismo receptivo en base a una oferta sofisticada conviva con las estancias de la zona y hasta con el turismo rural y les aporte infraestructura y servicios. Del mismo modo que, como sucede en la mayoría de los destinos turísticos desarrollados, hoteles de cinco estrellas conviven con hoteles de otras categorías y con otras formas de alojamiento.

El desafío de formar profesionales capaces de desempeñarse eficientemente en un Destino con estas características es lo que se pretende satisfacer con esta propuesta para la Universidad de Río Negro.

El Sector Turismo

El Sector Turismo agrupa las actividades económicas dedicadas a producir servicios para los viajeros. No sería posible explicar los millones de viajes que se registran en el mundo si todos fueran viajes por placer o de vacaciones. En realidad los viajes por motivo de turismo no van más allá del 40% del total. Esto ha generado discusiones acerca de su denominación.

Sin embargo, llámese Turismo, Viajes o Viajes y Turismo, existe una actividad económica productora de servicios que genera ingresos, empleos y divisas. Actividad que cada vez más requiere personal especializado para sus empresas. Especializado significa en este caso, capaz de administrar y hacer funcionar eficientemente empresas que se mueven en un ámbito extremadamente competitivo. Competencia que se da no solamente por las características de los atractivos sino, y sobre todo, por la calidad de los servicios que ofrecen.

El turismo ha alcanzado una posición muy importante en el comercio mundial y en la economía de muchos países. Hay países en los que el turismo constituye su principal exportación. Es el caso de

República Dominicana, Cuba y Costa Rica, pero también de Estados Unidos y Francia. Estados Unidos fue el primer país del mundo por el número de turistas que recibía y por el valor de sus exportaciones de servicios turísticos. Esta posición la conservó hasta que debido al atentado a las Torres Gemelas de Nueva York debió resignarla a favor de Francia que, desde entonces ostenta el primer lugar del mundo.

Pese a ello, en los censos económicos no existe un Sector Turismo, sus actividades se encuentran en distintos sectores, subsectores y ramas. En general se encuentran en Transporte, Comercio y Hoteles, Servicios, etc. Esto a su vez impide que aparezca un Sector Turismo en las Cuentas Nacionales. La razón de este estado de cosas es de carácter metodológico y se debe a los criterios de clasificación de las actividades económicas. Una solución a este problema es la propuesta por la Organización Mundial del Turismo sobre la Construcción de una Cuenta Satélite para el Turismo.

No existen empresas de turismo que produzcan todos los servicios requeridos para un viaje. Cada una se especializa en uno o algunos servicios, hay empresas que producen servicios de alojamiento, otras de alimentación, otras de transporte y así sucesivamente. Esto convierte al turismo en un sector con una oferta fragmentada. Una gran variedad de empresas y establecimientos producen, cada uno, uno o más servicios, pero nunca todos.

El Turismo implica viajes, por lo tanto siempre hay un Origen y un Destino. Es su esencia. Por eso es muy importante el transporte, es decir el traslado entre el Origen y el Destino. Del mismo modo también existen empresas que tienen sus locales en el Origen y empresas cuyos locales son típicos del Destino.

En el origen las empresas más numerosas son las Agencias de Viajes, o empresas de venta de viajes y turismo. Se encuentran allí porque sus clientes son los viajeros. Otra de las importantes son las Mayoristas, que se encargan de organizar viajes y excursiones. Las Empresas de Representaciones son empresas comercializadoras, pueden representar a líneas aéreas, hoteles, organismos oficiales de turismo y otras empresas de Destino. Las Empresas de Servicios Especiales al Viajero más típicas son las de seguros de viaje, pero pueden existir otras. Finalmente, en el Origen aparecen las Empresas de Transporte de Pasajeros. Se trata de líneas aéreas, de buses, ferrocarriles, transporte fluvial y marítimo, dedicadas a transportar pasajeros. Figuran en el origen porque es allí donde comercializan y venden.

En el Destino existen empresas productoras de servicios y empresas o instituciones de fomento. Entre las primeras figura la Empresa de Operación de Turismo, también llamada Operadora Receptiva. Se trata de empresas que brindan el servicio de excursiones en Destino. Las de Alojamiento son empresas típicas de Destino, entre las que se incluyen

los hoteles, en todas sus categorías, y establecimientos extrahoteleros. Se trata de un servicio esencial para cualquier viajero. Igualmente esenciales son las empresas dedicadas a los servicios de alimentación, que incluyen todo tipo de restaurantes, bares y cafeterías. En algunas ciudades la gastronomía, por su calidad y originalidad, constituye un atractivo que agrega valor al Destino.

Las Empresas de Atracción y Actividades son muy variadas dependiendo de cada Destino. Son cada vez más frecuentes y van desde Disney Corporation, hasta museos, pasando por acuarios y casinos. En general se trata de servicios que agregan más poder de atracción al Destino ya que están diseñados para los turistas aunque eventualmente puedan ser usadas por la población local. Las empresas de venta de souvenirs y similares están dedicadas a vender a los turistas todo tipo de recuerdos, artesanías, etc. Finalmente las empresas de apoyo al visitante son las que brindan servicios como cambio de moneda.

Una consideración aparte merecen las empresas dedicadas a servicios de recreación orientadas a satisfacer necesidades de la población local. Se trata de cines, teatros, instalaciones deportivas, espectáculos, etc. En muchos Destinos como ciudades importantes estos servicios se convierten en un atractivo de mucho interés para los visitantes, pero generalmente no podrían subsistir sin la demanda local. Ciudades como Londres, París, Nueva York o Buenos Aires, mantienen una actividad teatral y de espectáculos muy importante y atractiva que necesariamente debe incluirse en su oferta turística.

Entre las Empresas o Instituciones de Fomento se encuentra, en primer lugar, el Organismo Oficial, con su doble función de orientación y control de calidad. Generalmente los Destinos turísticos son ciudades y por lo tanto el Organismo Municipal de Turismo siempre está presente. En muchos casos también está presente el Organismo Nacional. Es importante destacar que el Organismo Oficial debe actuar en el Destino porque su función primordial es colaborar en la promoción para que lleguen los turistas y asegurar la calidad de atractivos y servicios. Otro hecho interesante es el lugar que le corresponde a la formación y capacitación de los Recursos Humanos, que incluye la enseñanza del turismo en universidades y escuelas, las escuelas de hotelería, de gastronomía y de guías.

Formación y capacitación que precisamente debe atender a todos los que participan en este sector. En algunos casos como los de alojamiento y gastronómicos, requieren una formación especializada. Para el resto se precisa una más general capaz de atender a una diversidad de empresas y al Estado.

II.3 Fundamentos de la Carrera

La revisión de los Planes de Estudio de las Universidades que incluyen las Carreras de Turismo y de Hotelería, tanto del país como del extranjero, muestra una disparidad que se puede calificar como caótica.

De este análisis no obstante es posible encontrar tendencias que permiten definir carreras modernas. Las más antiguas no incluían matemáticas y la materia Estadística era sólo descriptiva. Se suponía que la salida laboral principal eran las agencias de viajes y en consecuencia la preparación estaba orientada a ellas. Lo cual no dejaba de ser un contrasentido porque la preparación y el nivel de sueldos de un empleado en agencias de viajes no ameritan una preparación de nivel universitario. Las más modernas se orientan a formar profesionales en todos los campos del turismo, muchas enfatizan en el turismo receptivo y la mayoría se orientan a formar administradores y personal directivo de las empresas.

Es preciso aclarar que los estudios universitarios de Turismo se inscriben en el área de las Técnicas, contrapuesta en este caso con las Científicas. Las carreras de ingeniería, por ejemplo, son técnicas que reconocen como base científica la Física, la Química y las Matemáticas. Sin embargo en el caso del turismo, a pesar que la mayoría la considera una técnica no hay acuerdo en su base científica.

Hay quienes la ubican en el área de la psicología y la sociología. Para muchos su base es la Geografía. Finalmente otros la inscriben en el área económica y administrativa. Los primeros se orientan claramente a los estudios que intentan explicar la demanda, sus cambios y orientaciones. En general hacen énfasis en el uso del tiempo libre. Esta tendencia estuvo muy en boga en Italia en los años '80 y '90.

Los que enfatizan en la geografía, caracterizan al turismo como una técnica y toman como base los atractivos turísticos, su tratamiento y conservación. En general suelen proponer carreras con títulos intermedios de Guías de Turismo y finales de Licenciados en Turismo. Entre estas algunas, sobre todo argentinas, se orientan al sector público.

Finalmente las más modernas toman como base preponderante las ciencias económicas y se orientan a considerar al turismo como un fenómeno vinculado a la moderna economía de los servicios. A diferencia de las anteriores que consideran al turismo especialmente vinculado a los viajes de placer, estas utilizan el concepto más abarcativo de los viajes y turismo o simplemente viajes.

La caracterización del turismo como un fenómeno vinculado a los viajes de placer, como una de las formas de uso del tiempo libre, es

básicamente europea, más concretamente española e italiana, en cambio la vertiente inglesa y norteamericana se orienta al concepto de viajes en general, o de viajes y turismo. Por su parte las definiciones propuestas por la Organización Mundial del Turismo^{2/} se refieren a "viajes de ocio, negocio u otros motivos."

A la versión que considera al turismo como un fenómeno vinculado a la moderna economía de los servicios se adscriben los Planes de Estudios para las carreras de Turismo y de Hotelería, preparados para la Universidad Nacional de Río Negro. También se ha tomado en cuenta la localización de las Escuelas de Turismo y de Hotelería en San Carlos de Bariloche, Destino Turístico de primer nivel que basa su economía local en la actividad turística. Esto condiciona la orientación de los estudios a preparar futuros administradores y gerentes de empresas turísticas.

III. OBJETIVOS

El objetivo central de esta carrera es procurar una formación avanzada en la administración, organización y gestión, capacitando al futuro egresado para trabajar en equipo y cumplir diversas funciones. Se pone énfasis en desarrollar la creatividad y la capacidad de comprensión del alumno como así también incentivar su adaptación flexible a nuevas exigencias.

El egresado recibe capacitación en gestión y dirección general a través de una introducción a los temas contemporáneos, brindándole así la posibilidad de colaborar en el desarrollo de una actividad tan importante como la Hotelería para el área de influencia de la Universidad.

La formación académica se complementa con una formación humanística, que es esencial para el alumno tanto en su ámbito personal como profesional.

IV. PERFILES

El perfil académico de la carrera, tanto en su título intermedio como en el de grado, permite flexibilidad y adaptación al cambio, lo que posibilita al egresado y al graduado trabajar en el sector público o privado, en sus diversas áreas: comercial, planeamiento, gestión de recursos humanos, entre otras.

^{2/} La OMT (1991) lo define como: "las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos". Cfr. Dr. Jorge Valencia Caro. Diccionario Turístico.

El egresado con el título intermedio de **Técnico Universitario en Turismo** dispondrá de conocimientos en las siguientes áreas y disciplinas:

- En Ciencias de la Administración que brindan el marco teórico y práctico vinculado con la administración y gestión de empresas.
- En las estructuras instrumentales de Contabilidad, que le permiten el uso de herramientas y procedimientos apropiados para la gestión contable, presupuestaria y de costos.
- Conocerá las plataformas conceptuales de Metodología de las Ciencias Sociales, Matemática y Estadística, como sustento para las capacidades de razonamiento, analíticas y de cálculo que permitan la resolución de problemas, y el empleo de los métodos estadísticos descriptivos e inferenciales utilizados en el manejo de información e investigación operativa en el ámbito empresarial.
- A partir de los fundamentos del Derecho Constitucional y Privado, incluyendo un adecuado conocimiento de las ramas de la legislación general y aplicada a las actividades empresariales, le permitirá interpretar cabalmente y aplicar las normas jurídicas, éticas y morales que el adecuado desempeño de la profesión exige.
- Los aportes de la Historia y la Sociología para lograr una mayor comprensión de la sociedad y el contexto humano que brindan los marcos conceptuales de las mismas.
- Los aportes de la Economía para la interpretación del contexto microeconómico y macroeconómico en el cual se encuentra inserta la organización empresarial.
- Entre las optativas Introducción al Turismo proporciona los fundamentos teóricos de esta disciplina y brinda un panorama completo de la actividad, en el mundo, el país y Bariloche. Patrimonio Turístico, tanto argentino como latinoamericano, aporta los conocimientos sobre atractivos y actividades necesarios como base de la carrera.

Estos conocimientos le brindarán al egresado de la tecnicatura:

- Capacidad de comunicación, interacción y creatividad.
- Habilidad para fortalecer las relaciones de trabajo en equipo.
- Dominio de conocimientos analítico-cuantitativos.

- Capacidad para modelizar problemas y poder participar en diversos medios sociales y organizacionales.
- Conocimiento de la evolución socio-histórica del management y sus tendencias.
- Capacidad para transformar las ideas en acción eficiente.
- Comprensión de las fuerzas que conforman el entorno de los negocios.

Los graduados con el título de **Licenciado en Turismo** de la UNRN, además de lo precedente, dispondrán de conocimientos en las siguientes áreas y disciplinas:

- Los saberes técnicos y profesionales en: Estructura y Políticas Turísticas, Marketing Estratégico Turístico, Planeamiento Turístico, Derecho y Legislación Turística, Promoción Turística y Formulación y Evaluación de Proyectos, entre otros.
- El marco herramental de Promoción Turística Local e Internacional y Organización de Eventos Especiales como base para el desarrollo e implementación de metodologías operativas aplicables a las estrategias públicas y privadas.
- Un Seminario y Pasantías que permitan integrar y desarrollar los conocimientos adquiridos, a fin de que el egresado pueda resolver con éxito los desafíos que le deparará su actuación profesional.

Estos estudios le otorgarán al licenciado:

- Habilidades para el desarrollo de estrategias para la toma de decisiones.
- Conocimientos para capacitar a terceros para el desarrollo de planes orientados a la obtención de resultados.
- Comprensión de los roles funcionales y los procesos críticos de las empresas y los negocios.
- Capacidad para implementar las mejores prácticas y lograr éxito sustentable a largo plazo
- Dominio de técnicas y estrategias que aseguran la competitividad global.
- Conocimientos y actitudes que permiten el desarrollo de la capacidad de liderazgo.
- Capacidad para construir y cambiar la cultura organizacional y trabajar hacia una visión compartida.

- Conocimientos para formular una perspectiva de negocios integrada.
- Conocimientos para trazar estrategias de negocios

V. ALCANCES

Los egresados de la carrera con el título intermedio de **Técnico Universitario en Turismo** estarán capacitados para:

- Asistir en la identificación y análisis de los problemas que enfrentan las organizaciones en su desarrollo y colaborar en la propuesta de soluciones factibles.
- Asistir en las actividades de elaboración e implantación de políticas, métodos y procedimientos de administración, finanzas, comercialización, presupuestos, costos y administración de personal.
- Elaborar diagnósticos de las áreas funcionales de una empresa y participar en la formulación de estrategias competitivas.
- Armar planes de negocios y participar en la planificación del cambio en todas las dimensiones de la organización para su implementación.
- Colaborar y asistir técnicamente a los profesionales del área en:
 - a) la implementación de métodos y procedimientos para el desarrollo de las funciones de los distintos sectores de una empresa y supervisar su aplicación.
 - b) el relevamiento y la sistematización de la información para la realización de estudios y diagnósticos de las empresas.
 - c) la implementación y la evaluación de proyectos de inversión en distintas organizaciones e instituciones.
 - d) la implementación de métodos y procedimientos para el desarrollo de negocios o de programas de comercialización específicos para las empresas.

Por su parte, los graduados de la UNRN con el título de **Licenciado en Turismo** estarán capacitados para los siguientes alcances e incumbencias:

- Desarrollar acciones de liderazgo para conducir equipos de trabajo.

- Desarrollar habilidades estratégicas para la toma de decisiones.
- Desarrollar estrategias de conducción y posicionamiento económico-financiero de empresas y organizaciones turísticas.
- Planificar metas y recursos de la organización a corto y largo plazo.
- Entender los roles funcionales y los procesos críticos de las empresas.
- Administrar, organizar, controlar y dirigir la gestión de los negocios en grandes, medianas y pequeñas empresas turísticas.
- Preparar sistemas de información gerencial utilizando soportes informáticos. Analizar, formular y evaluar proyectos de inversión a nivel público y privado.
- Realizar investigaciones de mercado y de marketing estratégico.
- Capacitar a terceros para el desarrollo de planes orientados a la obtención de resultados.
- Implementar las mejores prácticas para lograr el éxito sustentable a largo plazo y asegurar la competitividad global.
- Realizar el control de gestión y evaluación sobre las acciones planificadas.
- Construir y cambiar la cultura organizacional y trabajar hacia una visión compartida.
- Formular una perspectiva de negocios integrada.

VI. REQUISITOS

VI.1. Ingreso

Para el ingreso a la carrera tener el Certificado de Asistente en Ciencias Económicas con orientación en Turismo, otorgado por la UNRN.

VI.2. Egreso

Para obtener los títulos previstos en la carrera de **Licenciatura en Turismo** se deberán cumplir con lo siguiente:

- a) Para el título de **Técnico Universitario en Turismo**, además del Certificado de Asistente en Ciencias Económicas con orientación en Turismo, se deberán tener aprobadas todas las asignaturas del tercer año previstas en el Plan de Estudios, incluyendo el Seminario sobre Gestión Empresarial. La carga horaria total de las materias obligatorias en los 3 años de la Tecnicatura es de 2.144 horas. En caso de que el alumno deba cursar todos los cursos de idiomas y de informática previstos en el Plan de Estudios, la carga horaria total asciende a 2.528 horas.
- b) Para el título de **Licenciado en Turismo** se deberán aprobar todas las asignaturas previstas en los cuatro años del Plan de Estudios de la carrera. La carga horaria total de las materias obligatorias en los 4 años de la Licenciatura es de 3.072 horas. En caso de que el alumno deba cursar todos los cursos de idiomas y de informática previstos en el Plan de Estudios, la carga horaria total asciende a 3.584 horas.

VII. DISEÑO CURRICULAR

Siguiendo los lineamientos académicos establecidos por la UNRN las carreras correspondientes al Departamento de Ciencias Económicas se inscriben en dos trayectos: 1) la Diplomatura en Ciencias Económicas, la cual es común para todas las carreras del Departamento, y 2) las Licenciaturas propiamente dichas (Administración, Turismo, Hotelería, etc.). Cada uno de estos trayectos tiene una duración de dos años.

Los dos trayectos de la Licenciatura en Turismo comprende un total de 36 materias, las que se desarrollarán en el transcurso de 4 años. A dicho total hay que añadir los cursos de Idiomas e Informática. En este caso el alumno podrá optar por cursar estas materias ó aprobarlas con un test de nivel ante la instancia que la UNRN determine.

El plan de estudios está organizado para responder a objetivos de formación profesional cuyos objetivos son: (i) atender a una demanda de sólida formación en ciencias económicas, y (ii) procurar que el alumno incorpore los conceptos fundamentales y los modelos de razonamiento propios de las disciplinas en ciencias económicas que desarrollará en su oferta la UNRN.

VIII. PLAN DE ESTUDIOS

1. Organización y Estructura

Como se ha expuesto, la Licenciatura en Turismo está dividida en dos trayectos: el de la Diplomatura y el de la Licenciatura, en donde

además del título de grado hay un título intermedio. El Plan de Estudios de ambos trayectos es el siguiente.

2. Diplomatura Universitaria

Este Diploma certifica la capacidad del egresado para desempeñarse como idóneo en un área específica de las ciencias básicas, y lo habilita para ingresar al Segundo Ciclo Universitario de las Licenciaturas en Administración, Turismo y Hotelería.

El título que obtiene el estudiante al finalizar el Primer Ciclo es Diploma Universitario en Administración ó en Turismo/Hotelería, dependiendo de las específicas que curse.

Duración: 2 años (4 semestres)

Plan de Estudios

PRIMER AÑO

PRIMER SEMESTRE

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
01	Administración I	4	64	Ninguna
02	Matemática I	6	96	Ninguna
03	Contabilidad I	4	64	Ninguna
04	Introducción al Turismo	4	64	Ninguna
	TOTAL	18	288	

SEGUNDO SEMESTRE

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
05	Economía I	4	64	02;04
06	Matemática II	6	96	02
07	Sociología	4	64	01;04
08	Patrimonio Turístico Latinoamericano	4	64	04
	TOTAL	18	288	

SEGUNDO AÑO

PRIMER SEMESTRE

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
09	Economía II	4	64	05;06
10	Estadística I	6	96	06
11	Instituciones del Derecho Público	4	64	04;07
12	Patrimonio Turístico Argentino	4	64	04;08
	TOTAL	18	288	

SEGUNDO SEMESTRE

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
13	Historia Económica y Social Contemporánea.	6	96	04;07;11
14	Administración de Recursos Humanos	6	96	01;07;08;11;12
15	Instituciones del Derecho Privado	6	96	07;11
16	Marketing Estratégico Turístico I	6	96	04;09
	TOTAL	24	384	

CERTIFICADO: Asistente en Ciencias Económicas con Orientación en Turismo/Hotelería

TERCER AÑO**PRIMER SEMESTRE**

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
17	Administración Financiera	6	96	09;16
18	Estructura y Políticas Turísticas	6	96	05;13;14
19	Marketing Estratégico Turístico II	6	96	04;16
20	Planeamiento Turístico I	6	96	04;16
21	Optativa I	6	96	A determinar
	TOTAL	30	480	

SEGUNDO SEMESTRE

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
22	Derecho y Legislación Turística	4	64	04;11;18
23	Elementos de la Actividad Turística	4	64	04;14;15;19
24	Pasantía I	6	96	(*)
25	Seminario sobre la Actividad Turística	6	96	(**)
26	Optativa II	6	96	A determinar
	TOTAL	26	416	

TITULO: Técnico Universitario en Turismo

(*) Podrán acceder a la Pasantía I los alumnos que cumplan los requisitos para poder cursar el Seminario.

(**) Tener aprobadas todas las asignaturas del segundo año y cursadas las materias del primer semestre del tercer año. El seminario tiene un doble propósito: a) integrar los conocimientos de las asignaturas que resulten mas afines con la problemática que la cátedra proponga desarrollar, y b) analizar las vivencias que los alumnos comienzan a experimentar en Pasantía I.

CUARTO AÑO**PRIMER SEMESTRE**

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
27	Promoción Turística Local e Internacional.	4	64	10;13;18
28	Formulación y Eval. de Proyectos Turísticos	6	96	06;09;10;17
29	Planeamiento Turístico Local	6	96	04;11;14;20;23
30	Pasantía II	6	96	24;25
31	Optativa III	6	96	A determinar
	TOTAL	28	448	

SEGUNDO SEMESTRE

Código	Materias	Horas Semanales	Horas Totales	Correlatividades
32	Medio Ambiente y Desarrollo Turístico	6	96	04;11;18;23;29
33	Organización de Eventos Especiales	6	96	15;18;19;29
34	Servicios Turísticos	6	96	18;23;27
35	Pasantía III	6	96	30
36	Optativa IV	6	96	A determinar
	TOTAL	30	480	

TITULO: Licenciado en Turismo**MATERIAS OPTATIVAS**

- Contabilidad III
- Estadística II
- Administración II
- Finanzas de la Empresa
- Gestión de Desarrollo Local
- Gestión Pública en Turismo
- Geografía Mundial
- Geografía Argentina
- Gestión de Sistemas de Calidad
- Patrimonio Natural Regional
- Operación Receptiva del Destino

2. Contenidos Mínimos de las Materias

Administración I

Introducción a la administración y al estudio de las organizaciones. Administración y ciencias administrativas. Conceptos fundamentales. Modelos para la descripción de las organizaciones. Los criterios de administración. Administración profesional. El proceso administrativo, recursos y dinámica organizacional.

Administración de Recursos Humanos

Los recursos humanos en la empresa. Gestión y planeación de recursos humanos por competencias. Políticas de personal. Remuneraciones e incentivos. Entrenamiento y formación del capital humano. Las relaciones laborales en la empresa. Legislación laboral y sindicatos. Función del management en las organizaciones empresariales.

Administración Financiera

Estudio de las estructuras financieras de las empresas. Principales instrumentos para la administración financiera de los negocios. Origen y aplicación de fondos. Fuentes de financiamiento. Mercado de capitales. Administración del capital de trabajo. Costo de las fuentes de financiamiento. Acciones y obligaciones negociables para grandes empresas y para Pymes. Determinación de la estructura financiera óptima de la empresa.

Contabilidad I

La importancia de la contabilidad como medio de información. El proceso contable. Conceptos básicos. Patrimonio y capital. Patrimonio neto. Igualdad contable básica. Las cuentas, clasificación y el plan de cuentas. El balance de sumas y saldos como sistematización de las operaciones registradas. Normas contables.

Derecho y Legislación Turística

Nociones generales de derecho civil y comercial. El derecho administrativo turístico. Relaciones entre el derecho administrativo y otros sectores del ordenamiento jurídico relacionado con el turismo. La administración turística argentina en sus niveles nacional y provincial. Análisis de la legislación turística argentina nacional y provincial.

Economía I

La economía como disciplina científica. Problemas económicos fundamentales. Los factores de la producción. La microeconomía y la macroeconomía. El mercado, la oferta y la demanda. Los precios. Teoría del consumo. Comportamiento del consumidor. Elasticidades. Teoría de la producción. La empresa. Producción y productividad. Tecnología y costos.

Economía II

Teoría del comportamiento del consumidor. Demanda individual y de mercado. Teoría de la firma y sus objetivos. Funciones de producción,

de costos y de oferta. Estructura de los mercados. La competencia perfecta. La competencia imperfecta o monopólica. El monopolio y el oligopolio. Los mercados de factores. Innovación y cambio tecnológico. Problemas de optimización y sus aplicaciones económicas. Software para acceder a una resolución rápida de estos temas.

Elementos de la Actividad Turística

La estructura de la actividad turística. Empresas de origen y empresas de destino. Las empresas de transporte. El sector público. Capacitación de los recursos humanos en sus tres niveles: oficios, tecnicaturas y universitarios. La comunidad local. El funcionamiento de los mercados turísticos. La demanda interna y la internacional. La estructura de los mercados. La presencia creciente de internet.

Estadística I

Introducción a la Estadística. Caracterización de series de frecuencias. Ajustamiento. Series cronológicas. Correlación y regresión. Números índices. Probabilidad. Distribución Normal. Inferencia estadística.

Estructuras y Políticas Turísticas

Fuentes de información turística en el ámbito internacional, nacional, regional y local. Gestión del patrimonio natural, monumental y cultural. Gestión de actividades: deportivas, religiosas, ferias y congresos. Organizaciones públicas y privadas del turismo: Secretaría de Turismo, organismos provinciales y municipales, Organización Mundial del Turismo, Cámara Argentina de Turismo y organismos que las conforman. Relación entre el turismo y el transporte a nivel institucional. Relación entre el turismo, la economía y las instituciones.

Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos

Ciclo de vida de los proyectos. Árbol de problemas. Marco lógico. Aspectos interdisciplinarios en la elaboración del proyecto. Toma de decisiones en condiciones de incertidumbre. El turismo como actividad productiva. Impacto del turismo en las economías regionales y nacionales. El negocio del turismo. Condiciones para el financiamiento de proyectos. Los indicadores de rentabilidad. Análisis de sensibilidad. Seguimiento y evaluación de la gestión. Acciones correctivas y reprogramación.

Historia Económica y Social Contemporánea

Principales acontecimientos económicos y sociales internacionales relacionados con el contexto político-institucional argentino desde comienzos del siglo XX hasta nuestros días. Inglaterra, Estados Unidos, la URSS y Alemania después de la Primera Guerra Mundial. La Segunda Guerra Mundial. El mundo bipolar. Europa Oriental. La política de bloques y la Guerra Fría. El proceso de descolonización. El derrumbe del bloque soviético. El nuevo mapa de Europa. Estados Unidos y su papel hegemónico. La globalización del mundo.

Introducción al Turismo

Definiciones de turismo. La importancia del turismo en la economía. Situación del turismo en el mundo, América Latina y Argentina. Evolución. La Globalización. Influencia de la informática e internet. Sistema turístico. Interrelaciones. Espacio turístico: Importancia del municipio. Oferta y demanda. El turismo urbano, forma moderna del turismo masivo. El turismo de aventura en sus diferentes formas. El turismo especializado. Nuevas formas de turismo.

Instituciones del Derecho Privado

Aspectos fundamentales del derecho civil y del derecho comercial, considerados como el tronco común del derecho privado. Comprende la parte general y el derecho real, con profundización en lo referente a las relaciones patrimoniales de las personas.

Instituciones del Derecho Público

Instituciones del derecho en la organización de la sociedad. Las fuentes del derecho. La constitución nacional. Los principios del derecho administrativo. El derecho como proceso para proteger acuerdos voluntarios entre las partes.

Marketing Estratégico Turístico I

Fundamentos del marketing. Marketing de servicios. Marketing estratégico. Plan de marketing, marketing mix y su aplicación a los servicios turísticos. Su formulación y aplicación en las empresas de turismo y en las instituciones del Estado que corresponden al sector.

Marketing Estratégico Turístico II

Fundamentos del marketing de servicios y en particular del marketing de turismo. Énfasis en marketing estratégico por su importancia en el tratamiento de pequeñas empresas de servicios. La competencia en los mercados de turismo. Producción eficiente de servicios turísticos. Calidad, precios y una política de promoción y venta eficaz.

Matemática I

Números reales. Funciones. Límites y continuidad. Derivadas. Elasticidad de funciones. Análisis diferencial. Máximos y mínimos. Cálculo integral. Sucesiones y series. Aplicaciones económicas.

Matemática II

Álgebra. Funciones. Sistemas de ecuaciones lineales. Matrices. Determinantes. Algebra lineal. Programación lineal. La modelización de situaciones económicas.

Medio Ambiente y Desarrollo Turístico

La problemática del desarrollo turístico. Concepto de desarrollo sustentable. Las relaciones entre desarrollo y crecimiento. El medio

ambiente como escenario de las actividades turísticas. Necesidad de minimizar el impacto del desarrollo turístico. La revalorización del medio ambiente como bien común y como recurso indispensable en una estrategia de desarrollo local sustentable. El uso racional de los recursos naturales: preservación y conservación. El impacto en las comunidades locales.

Organización de Eventos especiales

Congresos, ferias, exposiciones y conferencias. Importancia de los congresos y convenciones para la actividad turística. Los casos de Mar del Plata, Rosario y Bariloche. El mercado de congresos y convenciones argentino y sudamericano. Necesidades de estructura edilicia, espacios, difusión y políticas de venta. Distintos formatos aplicados a las conferencias y exposiciones. Actividades previas: ¿cómo conseguir un congreso?. Actividades pre-congreso, presupuesto, estructura organizativa, preparación de salones, cronogramas de tareas, fechas límite. Desarrollo del congreso. Servicios complementarios. Tareas post-congreso.

Patrimonio Turístico Argentino

Definiciones, nociones de patrimonio y cultura. La importancia del patrimonio en el turismo. Preservación y conservación del patrimonio. Las grandes ciudades como atractivo turístico: las ciudades argentinas. Turismo cultural, turismo de congresos y convenciones, turismo gastronómico, turismo de compras. Turismo étnico, monumentos y museos, parques temáticos. Centros turísticos que se desarrollaron en base al turismo interno. Patrimonio natural: parques nacionales y reservas.

Patrimonio Turístico Latinoamericano

El patrimonio cultural prehispánico: culturas mayas, aztecas e incas: su legado cultural y arquitectónico, ciudades y monumentos. Etapa colonial: influencia histórica, arquitectónica y religiosa. Ciudades coloniales. Fuertes y fortines. Los jesuitas. Formación y desarrollo de las grandes ciudades. Patrimonio urbano: grandes monumentos y construcciones, museos, parques temáticos. Manifestaciones populares, religiosas, tradiciones y folclor. Patrimonio natural: principales recursos naturales. Grandes parques y reservas. Conservación y preservación de los recursos naturales.

Planeamiento Turístico I

El Turismo en un mundo cambiante. Los factores del cambio. Los cambios en los gustos de la demanda. Concepto y vigencia de segmentación. Características del turismo moderno. Concepto de desarrollo regional. La estructura de la actividad turística. Concepto de destino y de región-destino. La comunidad local y sus intereses. La fragmentación de la oferta y el papel del Estado en el desarrollo del turismo. La obra pública como instrumento del ordenamiento espacial.

La planificación estratégica del sector. La importancia de los mercados y la vigencia del marketing. Planificación estratégica y competencia. Misión del organismo oficial de turismo. Ámbitos de acción: nacional, provincial y municipal. Importancia del municipio en el desarrollo turístico.

Planeamiento Turístico Local

Fundamentos conceptuales para analizar el turismo desde una perspectiva estratégica. Elementos para entender los conceptos de estrategia y su proceso de formación, así como de planificación estratégica y estrategia de negocios. Elementos conceptuales y prácticos para elaborar un plan de negocios, para la toma de decisiones y para el manejo de crisis y situaciones conflictivas. Análisis de la empresa; análisis del producto; análisis del mercado; análisis del Sector. Formulación de estrategias. Formulación de planes y políticas para el desarrollo del sector.

Promoción Turística Local e Internacional

La comercialización de servicios turísticos. La promoción local y la internacional. La importancia de las ferias turísticas en la comercialización. Grandes centros urbanos de demanda nacional. La demanda internacional. El concepto de experiencia. El consumidor experto como generador de cambio en turismo. ¿Qué compra el viajero? El concepto de ventaja competitiva. La colocación del producto y sus instrumentos: relaciones públicas, fuerza de ventas, material de ventas, publicidad.

Seminario sobre la Actividad Turística

En el seminario se discutirán las condiciones para el desarrollo de la actividad turística. Su impacto en las economías locales. La necesidad de asegurar un desarrollo sustentable tanto en relación a la naturaleza como a las comunidades locales. La necesidad de contar con empresas locales que contribuyan a una comercialización efectiva en mercados seleccionados. La revalorización de la comunidad local frente a los turistas sin descuidar la atención y la calidad de los servicios.

Servicios Turísticos

Concepto de servicios y de servicios turísticos. La comercialización de los servicios turísticos. Servicios de origen: agencias de viajes, mayoristas, servicios de representación de destinos y de empresas, publicaciones turísticas, seguros de viaje y de salud. Transportes. Servicios de destino: servicios de alojamiento, alimentación, excursiones y traslados, parques temáticos. Servicios para la comunidad local que consumen los turistas: culturales, seguridad, etc.

Sociología

Introducción a la sociología. Los conceptos básicos de la teoría sociológica. Principales corrientes sociológicas. Análisis sociológico de

las organizaciones. Aspectos relevantes de la estructura social argentina.

Pasantías I, II y III

Consisten en prácticas profesionales que los alumnos deberán desarrollar en diferentes áreas en empresas de la zona.

3. Plan de Congruencia de la Carrera

A continuación se expone la interrelación de las siguientes dimensiones de la Licenciatura en Turismo

PERFIL	ALCANCE	MATERIAS
<p>Dominio de conocimientos analítico-cuantitativos</p>	<p>1) Relevamiento y la sistematización de la información para la realización de estudios y diagnósticos administrativos de las empresas</p> <p>2) Preparar sistemas de información gerencial utilizando soportes informáticos</p>	<p>Administración I, Contabilidad I, Matemática I Estadística I Economía I, II</p> <p>Informática I, II y III</p>
<p>Conocimiento de la evolución socio-histórica del management y sus tendencias</p>	<p>Entender los roles funcionales y conducir los procesos críticos de las empresas</p>	<p>Administración I,</p>
<p>Comprensión de las fuerzas que conforman el entorno de los negocios</p>	<p>Implementación de métodos y procedimientos para el desarrollo de negocios o de programas de comercialización específicos para las empresas</p>	<p>Elementos de la Actividad Turística Promoción Turística Local e internacional Marketing Estratégico Turístico I y II</p>
<p>Capacidad para modelizar problemas y poder participar en diversos medios sociales y organizacionales</p>	<p>Implementación y evaluación de proyectos de inversión en distintas organizaciones e instituciones</p>	<p>Administración Financiera Servicios Turísticos Estructura de la Actividad Turística Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos</p>
<p>Capacidad de comunicación, interacción y creatividad</p>	<p>Armar planes de negocios y participar en la planificación del cambio en todas las dimensiones de la organización para su implementación</p>	<p>Estructura y Políticas Turísticas Marketing Estratégico Turístico I y II Planeamiento Turístico Planeamiento Turístico Local Elementos de la Actividad Turística Sociología</p>

		Organización de Eventos Especiales
Habilidad para fortalecer las relaciones de trabajo en equipo	Implementación de métodos y procedimientos para el desarrollo de las funciones de las distintas áreas de una administración empresarial y supervisar su aplicación	Administración I Sociología Estructura y Políticas Turísticas Planeamiento Turístico Planeamiento Turístico Local Elementos de la Actividad Turística
Capacidad para transformar las ideas en acción eficiente	Asistir en la identificación y análisis de los problemas que enfrentan las organizaciones en su desarrollo y colaborar en la propuesta de soluciones factibles	Estructura y Políticas Turísticas Marketing Estratégico Turístico I y II Planeamiento Turístico I Planeamiento Turístico Local Elementos de la Actividad Turística Sociología
Comprensión de los roles funcionales y los procesos críticos de las empresas y los negocios	<ol style="list-style-type: none"> 1) Entender los roles funcionales y conducir los procesos críticos de las empresas 2) Desarrollar toda otra cuestión de dirección o administración en materia económico-financiera con referencia a las funciones que le son propias 3) Desempeñar funciones de liquidador de sociedades comerciales o civiles. Actuar como perito en su materia en todos los fueros 	Administración I Contabilidad I Administración Financiera Derecho y Legislación Turística Instituciones del Derecho Público y del Derecho Privado Administración de Recursos Humanos
Habilidades para el desarrollo de estrategias para la toma de decisiones	<ol style="list-style-type: none"> 1) Realizar investigaciones de mercado y de marketing estratégico 2) Desarrollar estrategias de conducción y posicionamiento económico-financiero de empresas y organizaciones 	Marketing Estratégico Turístico I y II Estadística I Sociología Seminario sobre la Actividad Turística Elementos de la Actividad Turística Servicios Turísticos
Capacidad para implementar las mejores prácticas y lograr éxito sustentable a largo plazo	<ol style="list-style-type: none"> 1) Implementar las mejores prácticas para lograr el éxito sustentable a largo plazo y asegurar la competitividad global 2) Planificar metas y recursos de la organización a corto y largo plazo 3) Realizar el control de gestión y evaluación sobre las acciones planificadas 	Marketing Estratégico Turístico I y II Administración Financiera Planeamiento Turístico I Servicios Turísticos Seminario de la Actividad Turística
Capacidad para construir y	Construir y cambiar la cultura	Estructura y Políticas

cambiar la cultura organizacional y trabajar hacia una visión compartida	organizacional y trabajar hacia una visión compartida	Turísticas Planeamiento Turístico Local Seminario Sobre la Actividad Turística Sociología Medio Ambiente y Desarrollo Turístico
Dominio de técnicas y estrategias que aseguran la competitividad global	<ol style="list-style-type: none"> 1) Elaborar diagnósticos de las áreas funcionales de una empresa y participar en la formulación de estrategias competitivas 2) Desarrollar habilidades estratégicas para la toma de decisiones 3) Implementar las mejores prácticas para lograr el éxito sustentable a largo plazo y asegurar la competitividad global 4) Analizar, formular y evaluar proyectos de inversión a nivel público y privado 5) Realizar investigaciones de mercado y de marketing estratégico 	Planeamiento Turístico I Elementos de la Actividad Turística Sociología Seminario sobre la actividad Turística Estructura y Políticas Turísticas Elementos de la Actividad Turística Servicios Turísticos Formulación y Evaluación de Proyectos Marketing Estratégico Turístico I y II
Conocimientos para formular una perspectiva de negocios integrada	Formular una perspectiva de negocios integrada	Seminario sobre Actividad Turística Servicios Turísticos Medio Ambiente y Desarrollo Turístico Pasantías I, II y III
Conocimientos para trazar estrategias de negocios	<ol style="list-style-type: none"> 1) Desarrollar estrategias de conducción y posicionamiento económico-financiero de empresas y organizaciones 2) Administrar, organizar, controlar y dirigir la gestión de los negocios en grandes, medianas y pequeñas empresas 3) Actividades de elaboración e implantación de políticas, métodos y procedimientos de administración, finanzas, comercialización, costos presupuestos y administración de personal 	Marketing Estratégico Turístico I y II Servicios Turísticos Planeamiento Turístico I Administración Financiera Administración de Recursos Humanos Pasantías I, II y III Administración I, Contabilidad I Estadística Sociología
Conocimientos y actitudes que permiten el desarrollo	Desarrollar acciones de liderazgo para conducir equipos de trabajo	Administración I, Marketing Estratégico

de la capacidad de liderazgo		Turístico I y II Servicios Turísticos Estructura y Políticas Turísticas
Conocimientos para capacitar a terceros para el desarrollo de planes orientados a la obtención de resultados	Capacitar a terceros para el desarrollo de planes orientados a la obtención de resultados	Seminario sobre Actividad Turística Servicios Turísticos Pasantías I, II y III Administración I Sociología