

SALTA, 27-MAR-2026

## **RESOLUCIÓN Nº 216**

### **UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE LA ADMINISTRACIÓN, TECNOLOGÍA Y OFICIOS**

Expediente SICAD Nº 306/26

**VISTO** el Artículo 75, apartado 19, de la Constitución Nacional, la Ley nacional 24521 y la Ley 8312, modificatoria de su similar 7803, y

#### **CONSIDERANDO:**

Que, de conformidad con lo dispuesto por el Artículo 26 de la Ley 24521, la enseñanza superior universitaria estará a cargo de las Universidades Nacionales, de las Universidades Provinciales y Privadas, y de los Institutos Universitarios;

Que mediante Ley 8312, modificatoria de su similar 7803, se crea la Universidad Provincial de la Administración, Tecnología y Oficios (UPATecO) como persona jurídica pública, con autonomía institucional y académica, y autarquía financiera y administrativa;

Que, por su parte, el Artículo 27 de la Ley 7803, modificado por Ley 8312, establece que los títulos que emita la UPATecO tendrán validez en todo el territorio de la provincia de Salta y habilitarán a los egresados a ejercer su profesión u oficio, conforme la normativa vigente en la materia;

Que, en las actuaciones de referencia, la Secretaría Académica de esta Universidad eleva el Proyecto de Plan de Estudios correspondiente a la carrera de pregrado "Tecnatura Universitaria en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos";

Que dicha carrera se organiza en base al Modelo de Formación Modular y Certificación por Competencias, con módulos que conforman unidades académicas mínimas;

Que la carrera mencionada tiene como objetivos, entre otros, la formación de técnicos universitarios capaces de diseñar, planificar, gestionar y desarrollar proyectos y emprendimientos turísticos innovadores y sostenibles, integrando conocimientos del sistema turístico, herramientas de gestión empresarial, capacidades de diseño de experiencias turísticas y compromiso con el desarrollo territorial y la valorización del patrimonio natural y cultural;

Que en autos queda claramente establecida la fundamentación de la necesidad de la carrera, duración, perfil del egresado, requisitos de ingreso, objetivos de la carrera, metodología, evaluación, organización curricular, contenidos mínimos de cada espacio curricular, entre otros ítems;

.. //

**.. // RESOLUCIÓN N° 216**

Expediente SICAD N° 306/26

Que la Dirección Jurídica de esta Universidad se expide favorablemente a través de Dictamen N° 197/26, por lo que corresponde el dictado del acto administrativo pertinente, en virtud de la Ley 8312, modificatoria de su similar 7803, y del Decreto N° 88/23;

Por ello;

**EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD PROVINCIAL  
DE LA ADMINISTRACIÓN, TECNOLOGÍA Y OFICIOS**

**R E S U E L V E :**

**ARTÍCULO 1º.-** Aprobar el Plan de Estudios de la carrera de pregrado “Tecnatura Universitaria en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos”, de la Universidad Provincial de la Administración, Tecnología y Oficios (UPATecO), que como Anexo forma parte de este instrumento legal.

**ARTÍCULO 2º.-** La presente resolución será refrendada por la señora Vicerrectora de esta Universidad.

**ARTÍCULO 3º.-** Comunicar y archivar.



Firmado digitalmente por  
Dra. MARÍA de los D. TALENS  
Vicerrectora UPATecO



Firmado digitalmente por  
Dr. CARLOS MORELLO  
Rector UPATecO

RC
DD

**UNIVERSIDAD PROVINCIAL DE ADMINISTRACIÓN,  
TECNOLOGÍA Y OFICIOS (UPATeCO)**

**AUTORIDADES**

**RECTOR**  
**Dr. Carlos Morello**

**VICERRECTORA**  
**Dr. María de los D. Talens**



## PLAN DE ESTUDIO 2026

### IDENTIFICACIÓN DE LA CARRERA

#### 1.- CARACTERÍSTICAS DE LA CARRERA

<b>Denominación de la Carrera:</b>	<b>Tecnicatura Universitaria en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos</b>
<b>Nivel Académico:</b>	<b>Tecnicatura Universitaria</b>
<b>Modalidad:</b>	<b>Híbrida</b>
<b>Título que Otorga</b>	<b>Técnico Universitario en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos</b>
<b>Duración de la carrera:</b>	<b>2 años y medio</b>
<b>Régimen de cursado:</b>	<b>Cuatrimestral</b>
<b>Carga Horaria Total:</b>	<b>1648 horas reloj</b>





## 2.- FUNDAMENTACIÓN DE LA CARRERA

### 2.1 Contexto y pertinencia

La Provincia de Salta posee una destacada riqueza paisajística, cultural y patrimonial que la posiciona como uno de los destinos turísticos más relevantes del norte argentino y del país. La diversidad de sus paisajes, que abarcan valles, yungas, puna y quebradas, junto con su patrimonio histórico, cultural y gastronómico, constituyen una base estratégica para el desarrollo de una actividad turística diversificada y con fuerte identidad territorial.

En las últimas décadas, el turismo se ha consolidado como uno de los sectores económicos con mayor capacidad de generación de empleo, dinamización de economías regionales y promoción del desarrollo local. En Salta, esta actividad se articula con múltiples sectores productivos, entre ellos la gastronomía, la producción artesanal, el hotelería, el transporte, los servicios culturales y las actividades recreativas vinculadas a la naturaleza.

Dentro de este entramado, los **emprendimientos turísticos de pequeña y mediana escala** cumplen un rol central. Posadas familiares, agencias receptoras, experiencias de turismo rural, circuitos culturales comunitarios, propuestas gastronómicas locales, servicios de guiado y emprendimientos vinculados al turismo de naturaleza configuran un ecosistema emprendedor diverso que contribuye a fortalecer la economía local y ampliar las oportunidades de trabajo. Sin embargo, gran parte de estos emprendimientos se desarrollan con niveles limitados de profesionalización en aspectos vinculados a la gestión empresarial, la planificación estratégica, el diseño de experiencias turísticas, el marketing digital, la innovación en servicios y la articulación con redes de comercialización. Asimismo, los cambios en las dinámicas del turismo contemporáneo — marcadas por la digitalización, las plataformas de comercialización online, la demanda de experiencias auténticas y la creciente valoración de prácticas sustentables— requieren nuevas capacidades técnicas y de gestión para sostener la competitividad del sector.

En este contexto, resulta fundamental promover la formación de técnicos universitarios capaces de **gestionar, diseñar y desarrollar emprendimientos turísticos innovadores**, integrando herramientas de planificación, gestión empresarial, marketing digital, diseño de experiencias y desarrollo territorial.

La creación de la **Tecnicatura Universitaria en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos** se orienta a fortalecer las capacidades emprendedoras y de gestión del sector turístico en la provincia de Salta, promoviendo la profesionalización de los servicios, la innovación en la oferta





turística y la generación de proyectos sostenibles que valoricen el patrimonio natural y cultural del territorio.

La propuesta formativa busca contribuir al desarrollo económico regional mediante la consolidación de emprendimientos turísticos competitivos, con capacidad de integrarse a cadenas de valor locales, generar empleo y promover un turismo responsable, inclusivo y sustentable.

En este marco, se vuelve central la formación de **Técnicos Universitarios en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos** que integren:

- Conocimientos sobre el sistema turístico y el desarrollo territorial.
- Herramientas de gestión empresarial aplicadas a emprendimientos turísticos.
- Capacidades para diseñar experiencias turísticas innovadoras y con identidad local.
- Competencias en marketing digital, comercialización y comunicación turística.
- Incorporación de criterios de sustentabilidad ambiental, cultural y social en la gestión turística.

De este modo, la carrera responde a una demanda concreta de profesionalización del sector turístico local, potenciando el emprendedurismo, fortaleciendo las economías regionales y contribuyendo al desarrollo sostenible del territorio.

## **2.2 Vinculación con la misión institucional**

La propuesta se inscribe de manera directa en la misión de la Universidad Provincial de Administración, Tecnología y Oficios (UPATecO) de federalizar el acceso a la educación universitaria mediante ofertas académicas pertinentes a las necesidades productivas y sociales del territorio, con fuerte orientación técnica, rápida inserción laboral y articulación con el sector productivo.

La Tecnicatura Universitaria en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos responde a los lineamientos institucionales en tanto:

- Promueve la formación de técnicos con competencias concretas para el desarrollo y gestión de proyectos turísticos.
- Articula conocimientos teóricos con prácticas aplicadas mediante talleres, proyectos integradores y prácticas profesionalizantes.
- Fomenta el emprendedurismo como herramienta de desarrollo económico local.
- Incorpora herramientas digitales y de innovación aplicadas a la gestión turística.
- Promueve modelos de turismo sustentable que valoricen el patrimonio natural, cultural y comunitario.





De este modo, la carrera no sólo forma técnicos con capacidades de gestión y desarrollo de proyectos turísticos, sino que también posiciona a la universidad como un actor clave en la promoción del desarrollo territorial y la innovación en el sector turístico regional.

### **2.3 Contribución al desarrollo regional**

La Tecnicatura Universitaria en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos se proyecta como una herramienta estratégica para fortalecer el desarrollo económico y social de la provincia de Salta mediante la consolidación de iniciativas turísticas con base local.

En un contexto donde el turismo constituye una actividad con alto potencial de crecimiento, la formación técnica universitaria permite mejorar la calidad de los servicios, profesionalizar la gestión de emprendimientos, diversificar la oferta turística y generar nuevas oportunidades de empleo y autoempleo.

Asimismo, la carrera promueve la creación y fortalecimiento de emprendimientos turísticos innovadores vinculados al turismo cultural, rural, comunitario, gastronómico y de naturaleza, favoreciendo la articulación entre actores locales, comunidades, gobiernos y sector privado.

La formación en gestión empresarial, planificación estratégica y comercialización digital permite ampliar las oportunidades de inserción en mercados turísticos regionales, nacionales e internacionales, potenciando la visibilidad de los destinos y experiencias locales.

De igual modo, la propuesta formativa incorpora una perspectiva de turismo sostenible, promoviendo prácticas responsables con el ambiente, el respeto por las culturas locales y la valorización del patrimonio natural y cultural de la provincia.

En este sentido, la carrera se constituye no sólo como una propuesta académica, sino como un dispositivo de desarrollo territorial, capaz de articular educación superior, emprendedurismo, innovación y desarrollo turístico sostenible en la provincia de Salta.

### **2.4 Tendencias del turismo y nuevos perfiles profesionales**

El turismo atraviesa actualmente profundas transformaciones a escala global, impulsadas por cambios tecnológicos, nuevas demandas de los viajeros y una creciente valoración de las experiencias auténticas vinculadas al territorio. La digitalización de los servicios turísticos, el crecimiento de las plataformas de comercialización online, el uso intensivo de redes sociales en la promoción de destinos y la aparición de nuevas modalidades de consumo turístico han modificado significativamente las dinámicas del sector.





En este escenario, los viajeros contemporáneos demandan propuestas más personalizadas, experiencias culturales genuinas, contacto con la naturaleza, gastronomía local y actividades que permitan una inmersión en la identidad del territorio. Este cambio en los patrones de consumo ha favorecido el crecimiento de modalidades como el turismo rural, el turismo comunitario, el turismo de naturaleza, el turismo gastronómico y las experiencias culturales vinculadas a tradiciones locales. Paralelamente, el concepto de turismo sostenible ha adquirido una centralidad creciente en las agendas internacionales y en las políticas públicas del sector. La necesidad de preservar los recursos naturales, proteger el patrimonio cultural y promover un desarrollo equilibrado de los destinos exige profesionales capaces de gestionar proyectos turísticos con criterios de sustentabilidad ambiental, responsabilidad social y participación comunitaria.

Asimismo, la innovación tecnológica se ha convertido en un componente clave del desarrollo turístico. La gestión de reservas digitales, el marketing en redes sociales, el posicionamiento en buscadores, el análisis de datos de visitantes y la comunicación digital de experiencias turísticas forman parte de las nuevas competencias requeridas para la gestión de emprendimientos en el sector.

En este contexto, el perfil profesional del sector turístico ha evolucionado hacia una figura que combina capacidades de gestión empresarial, habilidades de diseño de experiencias turísticas, competencias digitales y conocimientos del territorio. Los nuevos técnicos del sector deben ser capaces de identificar oportunidades de desarrollo turístico, diseñar productos y servicios innovadores, gestionar emprendimientos sostenibles y articular redes de cooperación entre actores públicos, privados y comunitarios.

La Tecnicatura Universitaria en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos se propone responder a estas transformaciones mediante una formación integral que combine conocimientos sobre el sistema turístico, herramientas de gestión empresarial, capacidades de innovación y desarrollo de proyectos, así como competencias digitales aplicadas a la promoción y comercialización de servicios turísticos.

De este modo, la carrera forma profesionales capaces de adaptarse a los cambios del sector, impulsar iniciativas emprendedoras y contribuir a la construcción de destinos turísticos sostenibles y competitivos.

## **2.5 Demanda laboral y oportunidades del sector turístico en Salta**





La provincia de Salta se ha consolidado como uno de los destinos turísticos más relevantes del norte argentino, con una oferta diversificada que incluye turismo cultural, histórico, religioso, gastronómico y de naturaleza. Destinos emblemáticos como la ciudad de Salta, los Valles Calchaquíes, la Quebrada de las Conchas, la Puna y las yungas atraen anualmente a miles de visitantes nacionales e internacionales.

El crecimiento sostenido de la actividad turística en la provincia ha generado una expansión de servicios vinculados a la hospitalidad, la gastronomía, el transporte, las actividades recreativas y las experiencias culturales. En este contexto, los emprendimientos turísticos de pequeña y mediana escala han adquirido un papel fundamental en la diversificación de la oferta y en la generación de empleo local.

Numerosas localidades del interior provincial han comenzado a desarrollar propuestas turísticas basadas en sus recursos naturales, su patrimonio cultural y sus tradiciones productivas. Experiencias de turismo rural, circuitos gastronómicos regionales, propuestas de turismo comunitario y emprendimientos vinculados a actividades de naturaleza evidencian el potencial del sector para dinamizar economías locales y generar oportunidades de desarrollo.

Sin embargo, el crecimiento del turismo también plantea desafíos vinculados a la calidad de los servicios, la profesionalización de la gestión, la innovación en la oferta turística y la incorporación de herramientas de comercialización digital que permitan ampliar el alcance de los emprendimientos locales.

En este contexto, la formación de técnicos universitarios especializados en gestión y desarrollo de emprendimientos turísticos resulta estratégica para fortalecer el sector, mejorar la competitividad de los servicios y promover la creación de nuevos proyectos turísticos con base territorial.

La Tecnicatura Universitaria en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos contribuye a este proceso mediante la formación de profesionales capaces de diseñar, gestionar y consolidar emprendimientos turísticos sostenibles, articulando recursos locales, saberes culturales, innovación en servicios y herramientas de gestión empresarial.

De este modo, la carrera no sólo responde a una demanda formativa del sector, sino que también promueve el desarrollo de nuevas oportunidades laborales, el fortalecimiento del emprendedurismo y la diversificación de la economía regional a través del turismo.





### **3.- OBJETIVOS DE LA CARRERA**

#### **Objetivo General**

Formar **Técnicos Universitarios en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos** capaces de diseñar, planificar, gestionar y desarrollar proyectos y emprendimientos turísticos innovadores y sostenibles, integrando conocimientos del sistema turístico, herramientas de gestión empresarial, capacidades de diseño de experiencias turísticas y compromiso con el desarrollo territorial y la valorización del patrimonio natural y cultural.

#### **Objetivos Específicos**

Desarrollar capacidades para comprender el funcionamiento del sistema turístico y su articulación con el desarrollo económico, social y cultural del territorio.

- Formar competencias técnicas para la planificación, organización y gestión de emprendimientos turísticos, integrando herramientas de administración, gestión de proyectos y análisis de oportunidades de negocio.
- Desarrollar habilidades para el diseño y desarrollo de experiencias y productos turísticos innovadores que valoricen el patrimonio natural, cultural y gastronómico de la región.
- Incorporar herramientas digitales aplicadas a la promoción, comercialización y gestión de servicios turísticos, fortaleciendo la competitividad de los emprendimientos en entornos digitales.
- Promover criterios de turismo sostenible que integren el cuidado del ambiente, el respeto por las comunidades locales y la preservación del patrimonio cultural.
- Fortalecer capacidades de emprendedurismo, liderazgo y trabajo colaborativo orientadas a la creación, consolidación y crecimiento de emprendimientos turísticos con impacto territorial.
- Articular la formación académica con contextos reales de desempeño profesional mediante prácticas profesionalizantes, proyectos integradores y experiencias de vinculación con el sector turístico.

### **4.- PERFIL DEL EGRESADO**





El/la egresado/a de la **Tecnicatura Universitaria en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos** será un profesional técnico con formación integral en planificación, gestión y desarrollo de proyectos y emprendimientos vinculados al sector turístico.

Estará capacitado para identificar oportunidades de desarrollo turístico en el territorio, diseñar y gestionar experiencias y servicios turísticos, planificar proyectos emprendedores, y aplicar herramientas de gestión empresarial, comercialización y comunicación orientadas a la consolidación de emprendimientos turísticos sostenibles.

Contará con conocimientos del sistema turístico, del patrimonio natural y cultural, y de las dinámicas de desarrollo territorial que le permitirán participar en el diseño y fortalecimiento de propuestas turísticas con identidad local. Asimismo, estará preparado para utilizar herramientas digitales aplicadas a la promoción, comercialización y gestión de servicios turísticos en entornos digitales.

El/la egresado/a dispondrá de competencias para integrarse a equipos de trabajo en emprendimientos turísticos, agencias, proyectos de turismo rural o comunitario, iniciativas culturales y recreativas, así como para **crear, gestionar y desarrollar emprendimientos turísticos propios**, contribuyendo al fortalecimiento de las economías regionales.

Su desempeño profesional se caracterizará por el compromiso con el desarrollo territorial, la valorización del patrimonio cultural y natural, la promoción de prácticas de turismo sostenible y la generación de propuestas turísticas innovadoras que contribuyan al desarrollo económico y social de la provincia de Salta.

## **5.- COMPETENCIAS DEL EGRESADO**

Quien egrese de la Tecnicatura Universitaria en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos desarrollará competencias integrales que articulan saberes técnicos, de gestión, desarrollo territorial y capacidades transversales, acordes al perfil profesional definido.

### **Competencias Técnicas**

Será capaz de analizar el sistema turístico y su funcionamiento en distintos contextos territoriales, identificar oportunidades para el desarrollo de emprendimientos turísticos, diseñar y estructurar productos y experiencias turísticas innovadoras, y aplicar herramientas de planificación y gestión de proyectos en el ámbito del turismo.





Asimismo, podrá utilizar herramientas digitales aplicadas a la promoción, comercialización y gestión de servicios turísticos, incluyendo plataformas de comercialización online, redes sociales y sistemas de gestión de reservas, fortaleciendo la visibilidad y competitividad de los emprendimientos turísticos.

### **Competencias de Gestión y Desarrollo de Emprendimientos**

Podrá planificar, organizar y gestionar emprendimientos turísticos de pequeña y mediana escala, elaborar planes de negocio, estimar costos, gestionar recursos y diseñar estrategias de comercialización que permitan la viabilidad económica y la consolidación de proyectos turísticos. También estará capacitado para desarrollar propuestas turísticas con identidad territorial, articulando recursos naturales, culturales y productivos locales, y generando experiencias que aporten valor a la oferta turística regional.

### **Competencias Ambientales y de Turismo Sostenible**

Incorporará criterios de turismo sostenible en la planificación y gestión de emprendimientos turísticos, promoviendo prácticas responsables con el ambiente, el uso adecuado de los recursos naturales, el respeto por las comunidades locales y la preservación del patrimonio cultural.

Asimismo, podrá integrar enfoques de desarrollo territorial sostenible que contribuyan al equilibrio entre crecimiento turístico, conservación ambiental y bienestar de las comunidades.

### **Competencias Transversales**

Desarrollará capacidades de trabajo colaborativo, liderazgo emprendedor, comunicación profesional y resolución de problemas en contextos dinámicos del sector turístico.

Su desempeño profesional se caracterizará por la capacidad de adaptación a los cambios del sector, la innovación en el desarrollo de servicios turísticos, el compromiso ético y la responsabilidad social en la gestión de emprendimientos vinculados al desarrollo local.

## **6.- ALCANCES DEL TÍTULO**

El/la **Técnico/a Universitario/a en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos** podrá desempeñarse en el ámbito del diseño, desarrollo, gestión y promoción de emprendimientos y servicios turísticos, tanto en relación de dependencia como de manera independiente.

Podrá desarrollar actividades en:





- Emprendimientos turísticos de pequeña y mediana escala.
- Agencias y empresas de servicios turísticos.
- Proyectos de turismo rural, comunitario o de naturaleza.
- Emprendimientos gastronómicos vinculados al turismo.
- Proyectos de desarrollo turístico local o territorial.
- Organizaciones, instituciones o programas vinculados al desarrollo turístico regional.
- Emprendimientos propios de servicios o experiencias turísticas.

En el ejercicio profesional podrá:

- Diseñar y desarrollar productos y experiencias turísticas con identidad territorial. Identificar oportunidades de negocio y formular proyectos de emprendimientos turísticos.
- Planificar y gestionar servicios turísticos de pequeña y mediana escala.
- Elaborar planes básicos de gestión y comercialización de emprendimientos turísticos.
- Implementar estrategias de promoción y comunicación turística en entornos digitales.
- Articular recursos naturales, culturales y productivos del territorio en propuestas turísticas innovadoras.
- Colaborar en la organización y gestión de servicios turísticos con criterios de calidad y sostenibilidad.

Su actuación se circunscribe al **campo técnico-operativo propio de la titulación**, sin perjuicio de las incumbencias reservadas a titulaciones de grado o profesiones reguladas.

## 7.- REQUISITOS DE INGRESO

Podrán cursar la Tecnicatura Universitaria en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos quienes:

- Posean título secundario o equivalente completo, cualquiera sea su modalidad, emitidos por instituciones de gestión estatal o privada y consten con el debido reconocimiento ministerial, conforme lo establece el artículo 7º de la Ley de Educación Superior Nº 24521.
- Quienes no posean título secundario o equivalente, pero que sean mayores de 25 años y se encuentren en el marco de excepcionalidad establecido en la segunda parte del artículo 7º de la Ley de Educación Superior Nº 24521.





- Acrediten título secundario completo, emitido por otro país, pero debidamente reconocido por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto y el Ministerio de Educación de la Nación.

## 8.- PLAN DE ESTUDIOS Y ESTRUCTURA CURRICULAR

COD	MÓDULOS	RÉGIMEN	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CORRELATIVAS PARA CERTIFICAR	CAMPO DE FORMACIÓN
<b>PRIMER AÑO (1° CUATRIMESTRE)</b>						
1	Introducción al Turismo y Sistema Turístico	Cuatrimstral	3	48	-	Fundamentos
2	Comunicación Oral y Escrita	Cuatrimstral	4	64	-	General
3	Economía y Desarrollo Local	Cuatrimstral	4	64	-	Fundamentos
4	Inglés Turístico I	Cuatrimstral	4	64	-	General
5	Taller Práctico I: Observatorio Territorial Turístico	Cuatrimstral	3	48	-	Práctica
<b>PRIMER AÑO (2° CUATRIMESTRE)</b>						
6	Geografía Turística Argentina y Regional	Cuatrimstral	3	48	1	Fundamentos
7	Marketing Turístico	Cuatrimstral	4	64	-	Específica
8	Contabilidad y Costos para Emprendimientos	Cuatrimstral	4	64	3	Fundamentos
9	Herramientas Digitales para el Turismo	Cuatrimstral	3	48	-	General
10	Taller Práctico II: Diseño de Producto Turístico	Cuatrimstral	3	48	5	Práctica
<b>SEGUNDO AÑO (1° CUATRIMESTRE)</b>						
11	Gestión de Empresas Turísticas	Cuatrimstral	5	80	-	Específica
12	Legislación Turística y Ambiental	Cuatrimstral	3	48	-	Fundamentos
13	Planificación y Ordenamiento Territorial Turístico	Cuatrimstral	4	64	6	Específica
14	Inglés Turístico II	Cuatrimstral	4	64	4	General
15	Práctica Profesionalizante III: Formulación de Emprendimiento	Cuatrimstral	4	64	10	Práctica
<b>SEGUNDO AÑO (2° CUATRIMESTRE)</b>						
16	Frances Turístico I	Cuatrimstral	4	64	-	General
17	Innovación y Desarrollo de Productos Turísticos	Cuatrimstral	4	64	11	Específica
18	Gestión Financiera y Evaluación de Proyectos	Cuatrimstral	4	64	9 - 11	Fundamentos





19	Turismo Sustentable y Responsabilidad Social	Cuatrimestral	4	64	12	General
20	Comercialización Digital y E-commerce Turístico	Cuatrimestral	4	64	-	Específica
21	Práctica Profesionalizante IV: Plan de Negocios Turístico	Cuatrimestral	5	80	15	Práctica
<b>TERCER AÑO (1° CUATRIMESTRE)</b>						
22	Frances Turístico II		4	64	16	General
23	Dirección Estratégica de Emprendimientos Turísticos	Cuatrimestral	4	80	17 - 20	Específica
24	Gestión de Calidad y Experiencia del Cliente	Cuatrimestral	4	64	-	Específica
25	Liderazgo y Gestión de Equipos	Cuatrimestral	6	64	-	General
26	Práctica Profesionalizante V: Proyecto Final Integrador	Cuatrimestral	6	96	21	Práctica

## 9. CONTENIDOS MÍNIMOS DE LOS ESPACIOS CURRICULARES

### 1. Introducción al Turismo y Sistema Turístico

Concepto de turismo: definiciones, evolución histórica y principales enfoques teóricos del turismo como fenómeno social, cultural y económico. El turismo como sistema: componentes, interrelaciones y funcionamiento del sistema turístico. Elementos del sistema turístico: demanda, oferta, recursos, infraestructura, superestructura y servicios turísticos. Tipologías y modalidades de turismo: turismo cultural, rural, comunitario, de naturaleza, gastronómico y urbano. El turismo en el contexto global y regional: tendencias contemporáneas, cambios en el comportamiento del turista y nuevas formas de consumo turístico. Impactos del turismo: dimensiones económicas, sociales, culturales y ambientales. Desarrollo turístico y territorio: relación entre turismo, desarrollo local y valorización del patrimonio natural y cultural. El turismo en Argentina: evolución histórica de la actividad, principales destinos y regiones turísticas. Estructura institucional del turismo: organismos públicos, sector privado y organizaciones vinculadas al desarrollo turístico. Introducción a la planificación turística y al desarrollo de productos turísticos. Análisis de casos de destinos turísticos nacionales y regionales. Rol del emprendedurismo en el desarrollo del sector turístico.

#### Bibliografía sugerida

- Acerenza, M. Á. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México: Trillas.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2007). *El turismo: teoría y práctica* (4ª ed.). Madrid: Síntesis.
- Gunn, C. A., & Var, T. (2002). *Tourism planning: Basics, concepts, cases* (4th ed.). New York: Routledge.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Introducción al turismo* (edición actualizada). Madrid: OMT.

### 2. Comunicación Oral y Escrita





La comunicación como proceso social: elementos, funciones y contextos de la comunicación. Comunicación interpersonal y comunicación organizacional. Lenguaje, discurso y construcción de sentidos en contextos profesionales. Comunicación oral: características, recursos expresivos y estrategias de exposición. Técnicas de presentación oral, argumentación y organización del discurso. Escucha activa y comunicación efectiva en contextos de trabajo colaborativo. Comunicación escrita: estructura y características de los textos académicos y profesionales. Estrategias de lectura comprensiva y análisis crítico de textos. Producción de textos escritos: coherencia, cohesión, adecuación y corrección lingüística. Redacción de informes, presentaciones, reseñas y documentos profesionales. Comunicación institucional y comunicación en entornos digitales. Uso responsable del lenguaje en contextos profesionales y académicos. Comunicación aplicada al ámbito del turismo y los servicios: interacción con clientes, transmisión de información y construcción de experiencias comunicativas de calidad.

### **Bibliografía sugerida**

- Cassany, D. (2006). *Taller de textos: Leer, escribir y comentar en el aula*. Barcelona: Paidós.
- Cassany, D. (2011). *Describir el escribir: Cómo se aprende a escribir*. Barcelona: Paidós.
- Flower, L., & Hayes, J. (1981). A cognitive process theory of writing. *College Composition and Communication*, 32(4), 365–387.
- Kerbrat-Orecchioni, C. (1997). *La interacción verbal*. Buenos Aires: Hachette.
- Van Dijk, T. A. (2005). *Estructuras y funciones del discurso*. México: Siglo XXI Editores.

### **3. Economía y Desarrollo Local**

Conceptos fundamentales de economía: escasez, recursos, necesidades, bienes y servicios. Principios básicos de microeconomía y macroeconomía aplicados al análisis de actividades productivas. El funcionamiento de los mercados: oferta, demanda y formación de precios. Actividades económicas y sectores productivos: sector primario, secundario y terciario. El turismo como actividad económica: características, encadenamientos productivos y generación de empleo. Economía regional y economías locales: estructura productiva, diversificación económica y desarrollo territorial. Concepto de desarrollo local: actores, recursos y estrategias para el desarrollo territorial sostenible. Rol de los gobiernos locales, las comunidades y el sector privado en los procesos de desarrollo económico local. Emprendedurismo y economía social: cooperativas, emprendimientos familiares y unidades productivas locales. El turismo como motor de desarrollo territorial: integración con la producción local, la gastronomía, las artesanías y la cultura. Análisis de casos de desarrollo turístico en economías regionales. Introducción a políticas públicas de desarrollo económico y turístico a nivel local y regional.

### **Bibliografía sugerida:**

- Alburquerque, F. (2004). *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Alburquerque, F. (2017). *Desarrollo territorial y desarrollo económico local*. Madrid: Instituto Universitario de Desarrollo y Cooperación.
- Boisier, S. (2005). *¿Hay espacio para el desarrollo local en la globalización?* Santiago de Chile: CEPAL.
- Vázquez Barquero, A. (2007). *Desarrollo endógeno: teorías y políticas de desarrollo territorial*. Madrid: Pirámide.
- Vázquez Barquero, A. (2009). *Desarrollo local, una estrategia para tiempos de crisis*. Revista Universitas Forum, 1(2), 1–11.





#### 4. Inglés Turístico I

Introducción al inglés aplicado al ámbito turístico. Funciones comunicativas básicas para la atención al visitante. Vocabulario fundamental del turismo: transporte, alojamiento, gastronomía, servicios y atractivos turísticos. Estructuras gramaticales básicas aplicadas a situaciones comunicativas frecuentes en el sector turístico. Comprensión oral y escrita de mensajes simples vinculados a contextos de viaje y servicios turísticos. Producción oral en situaciones de interacción con turistas: saludos, presentación personal, orientación e información general sobre destinos y servicios. Lectura comprensiva de materiales turísticos básicos: folletos, señalética, itinerarios y páginas web de turismo. Redacción de textos breves en inglés vinculados a la comunicación turística: descripciones de lugares, mensajes informativos y respuestas a consultas de visitantes. Estrategias de comunicación intercultural en la interacción con turistas internacionales. Prácticas de simulación de situaciones reales de atención al turista en contextos de servicios turísticos.

#### Bibliografía Sugerida:

- Harding, K. (2007). *English for tourism and hospitality*. Oxford: Oxford University Press.
- Morgan, T., & O'Neill, R. (2015). *English for tourism*. Oxford: Oxford University Press.
- Walker, R., & Harding, K. (2009). *Tourism 1*. Oxford: Oxford University Press.
- Walker, R., & Harding, K. (2010). *Tourism 2*. Oxford: Oxford University Press.
- Wood, N. (2003). *Tourism and catering: English for professional purposes*. Oxford: Oxford University Press

#### 5. Taller Práctico I: Observatorio Territorial Turístico

El territorio como objeto de análisis turístico. Concepto de recurso turístico: clasificación, jerarquización y criterios de valoración. Identificación y relevamiento de recursos turísticos naturales, culturales y patrimoniales. Métodos básicos de observación territorial aplicados al turismo. Herramientas para el registro y sistematización de información turística: fichas de relevamiento, registros fotográficos y notas de campo. Introducción al análisis del territorio turístico: atractivos, accesibilidad, servicios, infraestructura y equipamiento. Análisis de actores del sistema turístico local: sector público, sector privado, comunidades locales y organizaciones sociales. Diagnóstico inicial de potencialidades y limitaciones para el desarrollo turístico del territorio. Uso de herramientas digitales básicas para la georreferenciación y registro de recursos turísticos. Introducción a la construcción de observatorios turísticos como instrumentos de análisis y monitoreo del desarrollo turístico. Trabajo de campo para la identificación y caracterización de recursos turísticos locales o regionales. Elaboración de informes descriptivos sobre el territorio turístico y sus oportunidades de desarrollo.

#### Bibliografía sugerida

- Boullón, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico* (4.ª ed.). México: Trillas.
- Gunn, C. A., & Var, T. (2002). *Tourism planning: Basics, concepts, cases* (4th ed.). New York: Routledge.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Vera, J. F., López Palomeque, F., Marchena, M., & Antón, S. (2011). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Gestión de destinos turísticos*. Madrid: OMT.

#### 6. Geografía Turística Argentina y Regional





Conceptos fundamentales de geografía del turismo. Relación entre territorio, paisaje y actividad turística. Factores naturales y culturales que condicionan el desarrollo turístico. Recursos turísticos y su distribución territorial. Regiones turísticas de Argentina: características geográficas, ambientales, culturales y productivas. Principales destinos turísticos del país: atractivos, circuitos y modalidades de turismo. Infraestructura, accesibilidad y conectividad en el desarrollo turístico de los territorios. La región del Noroeste Argentino (NOA): características físicas, culturales y económicas. Patrimonio natural y cultural del NOA como base para el desarrollo turístico. Paisajes culturales, áreas protegidas y turismo de naturaleza. Turismo rural, comunitario y cultural en el contexto regional. Análisis de circuitos turísticos regionales y su integración territorial. El territorio salteño como destino turístico: diversidad de paisajes, identidad cultural y oportunidades de desarrollo turístico. Lectura e interpretación de mapas turísticos, cartografía básica y herramientas de análisis territorial aplicadas al turismo.

### **Bibliografía sugerida**

- Boullón, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico* (4.ª ed.). México: Trillas.
- Ciccolella, P., & Fernández, V. (2012). *Geografía económica de la Argentina*. Buenos Aires: Biblos.
- Vera, J. F., López Palomeque, F., Marchena, M., & Antón, S. (2011). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Wallingre, N. (2007). *Geografía del turismo en Argentina*. Buenos Aires: Ediciones Turísticas.
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Introducción al turismo* (edición actualizada). Madrid: OMT.

### **7. Marketing Turístico**

Concepto y fundamentos del marketing aplicados al turismo. Características del mercado turístico y comportamiento del consumidor turístico. Segmentación de mercados turísticos: criterios geográficos, demográficos, psicográficos y conductuales. Identificación de públicos objetivos y posicionamiento de productos y destinos turísticos. El marketing mix aplicado al turismo: producto turístico, precio, distribución y promoción. Diseño y gestión de productos y experiencias turísticas desde la perspectiva del marketing. Estrategias de promoción y comunicación en el sector turístico. Branding y construcción de identidad de destinos y emprendimientos turísticos. Marketing digital aplicado al turismo: redes sociales, plataformas digitales, contenido visual y posicionamiento online. Experiencia del cliente y fidelización en servicios turísticos. Investigación de mercados turísticos: herramientas básicas para el análisis de demanda, tendencias y oportunidades. Diseño de planes de marketing para emprendimientos turísticos y análisis de casos de estrategias de promoción turística en contextos locales y regionales.

### **Bibliografía sugerida:**

- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing para turismo* (6.ª ed.). Madrid: Pearson Educación.
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in travel and tourism* (4th ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Morrison, A. M. (2019). *Marketing and managing tourism destinations* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Pike, S. (2016). *Destination marketing: Essentials* (2nd ed.). London: Routledge.
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Marketing turístico y promoción de destinos*. Madrid: OMT





## 8. Contabilidad y Costos para Emprendimientos

Conceptos básicos de contabilidad aplicados a emprendimientos. La contabilidad como herramienta para la gestión empresarial y la toma de decisiones. Patrimonio, activos, pasivos y patrimonio neto. Ingresos, gastos y resultados. Registro contable de operaciones básicas. Introducción a los estados contables: balance general y estado de resultados. Concepto de costos y su importancia en la gestión de emprendimientos. Clasificación de los costos: costos fijos, variables y semivariables. Costos directos e indirectos en actividades productivas y de servicios. Cálculo y análisis de costos en emprendimientos turísticos. Determinación del precio de productos y servicios considerando costos y márgenes de rentabilidad. Punto de equilibrio y análisis de rentabilidad. Herramientas básicas para la planificación económica y financiera de emprendimientos. Control de ingresos y egresos, flujo de fondos y presupuestos básicos. Aplicación de herramientas contables y de costos en emprendimientos turísticos de pequeña y mediana escala.

### Bibliografía sugerida:

- Berk, J., & DeMarzo, P. (2017). *Finanzas corporativas* (4.ª ed.). México: Pearson Educación.
- Garrison, R., Noreen, E., & Brewer, P. (2018). *Contabilidad administrativa* (16.ª ed.). México: McGraw-Hill Education.
- Horngren, C., Datar, S., & Rajan, M. (2014). *Contabilidad de costos: Un enfoque gerencial* (14.ª ed.). México: Pearson Educación.
- Mallo, C., Kaplan, R., Meljem, S., & Giménez, C. (2000). *Contabilidad de costos y estratégica de gestión*. Madrid: Prentice Hall.
- Welsch, G., Hilton, R., & Gordon, P. (2005). *Presupuestos: Planificación y control de utilidades* (5.ª ed.). México: Pearson Educación.

## 9 - Herramientas Digitales para el Turismo

Transformación digital en el turismo y su impacto en la gestión de servicios y emprendimientos turísticos. Introducción a las tecnologías de la información aplicadas al sector turístico. Uso de herramientas digitales para la gestión de emprendimientos turísticos. Plataformas de comercialización turística online: agencias de viaje online (OTA), sistemas de reservas y marketplaces turísticos. Gestión de contenidos digitales para promoción turística. Uso de redes sociales como herramienta de marketing y comunicación turística. Diseño básico de contenidos digitales: textos, imágenes y videos para promoción de destinos y servicios turísticos. Introducción al posicionamiento en buscadores (SEO) y estrategias básicas de visibilidad digital. Uso de herramientas de geolocalización y mapas digitales aplicados al turismo. Gestión de información turística mediante herramientas digitales y almacenamiento en la nube. Introducción a herramientas colaborativas para la gestión de proyectos turísticos. Análisis de tendencias tecnológicas en turismo: plataformas digitales, turismo inteligente y digitalización de experiencias turísticas.

### Bibliografía sugerida:

- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
- Egger, R., Gula, I., & Walcher, D. (2020). *Open tourism: Open innovation, crowdsourcing and co-creation challenging the tourism industry*. Berlin: Springer.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Hoboken: Wiley.





- Stiakakis, E., & Georgiadis, C. (2011). Drivers of a tourism e-business strategy: The impact of information and communication technologies. *Operational Research*, 11(2), 149–169.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188.

## 10. Taller Práctico II: Diseño de Producto Turístico

Concepto de producto turístico y su relación con la oferta turística. Componentes del producto turístico: recursos, servicios, infraestructura y experiencia del visitante. Identificación y valoración de recursos turísticos naturales, culturales y patrimoniales. Análisis de la demanda turística y segmentación de mercados para el desarrollo de productos turísticos. Metodologías para el diseño de productos turísticos. Desarrollo de experiencias turísticas con identidad territorial. Integración de atractivos, servicios y actividades en circuitos turísticos. Diseño de itinerarios y paquetes turísticos. Creatividad e innovación en el desarrollo de productos turísticos. Incorporación de criterios de sostenibilidad en el diseño de productos turísticos. Evaluación de la viabilidad técnica y económica de productos turísticos. Estrategias de diferenciación y posicionamiento de productos turísticos en el mercado. Desarrollo de propuestas de productos turísticos vinculadas a contextos territoriales específicos. Presentación y comunicación de proyectos de productos turísticos.

### Bibliografía sugerida

- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing para turismo* (6.ª ed.). Madrid: Pearson Educación.
- Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2009). *Marketing in travel and tourism* (4th ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Morrison, A. M. (2019). *Marketing and managing tourism destinations* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Smith, S. L. J. (1994). The tourism product. *Annals of Tourism Research*, 21(3), 582–595.
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Gestión de destinos turísticos*. Madrid: OMT.

## 11. Gestión de Empresas Turísticas

Concepto y características de las empresas turísticas. Tipologías de empresas en el sector turístico: agencias de viajes, empresas de alojamiento, empresas de transporte turístico, emprendimientos gastronómicos y empresas de servicios recreativos. Estructura organizacional de las empresas turísticas. Funciones de la gestión empresarial aplicadas al turismo: planificación, organización, dirección y control. Gestión estratégica en empresas turísticas. Análisis del entorno y de la competitividad en el sector turístico. Diseño de modelos de negocio en emprendimientos turísticos. Gestión de recursos humanos en empresas turísticas: liderazgo, trabajo en equipo y desarrollo organizacional. Gestión operativa de servicios turísticos. Calidad en la prestación de servicios turísticos. Innovación y adaptación a los cambios del mercado turístico. Gestión de la experiencia del cliente en empresas turísticas. Herramientas para la toma de decisiones empresariales. Análisis de casos de empresas turísticas y emprendimientos del sector.

### Bibliografía sugerida

- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2007). *El turismo: teoría y práctica* (4.ª ed.). Madrid: Síntesis.
- Morrison, A. M. (2019). *Marketing and managing tourism destinations* (2nd ed.). New York: Routledge.





- Page, S. J. (2014). *Tourism management* (5th ed.). London: Routledge.
- Tribe, J. (2016). *The economics of recreation, leisure and tourism* (5th ed.). London: Routledge.
- Organización Mundial del Turismo. (2019). *Gestión de destinos turísticos*. Madrid: OMT.

## 12 - Legislación Turística y Ambiental

Concepto y fundamentos del derecho aplicado al turismo. Marco normativo del turismo en Argentina. Principios del derecho turístico y su relación con el desarrollo de la actividad turística. Normativa nacional, provincial y municipal vinculada al turismo. Ley Nacional de Turismo y políticas públicas de promoción turística. Organismos de regulación y control del sector turístico. Derechos y obligaciones de los prestadores de servicios turísticos. Derechos del turista y protección del consumidor en el ámbito turístico. Marco normativo de las agencias de viaje, alojamientos turísticos y otros servicios turísticos. Introducción al derecho ambiental. Principios del derecho ambiental y desarrollo sostenible. Normativa ambiental aplicada al turismo. Protección del patrimonio natural y cultural. Áreas protegidas y turismo en espacios naturales. Evaluación del impacto ambiental en actividades turísticas. Responsabilidad ambiental en emprendimientos turísticos. Buenas prácticas para el desarrollo del turismo sostenible en el marco de la normativa vigente.

### Bibliografía sugerida

- Acerenza, M. Á. (2006). *Administración del turismo: conceptualización y organización*. México: Trillas.
- Lorenzetti, R. L. (2008). *Teoría del derecho ambiental*. Buenos Aires: La Ley.
- Organización Mundial del Turismo. (2017). *Código ético mundial para el turismo*. Madrid: OMT.
- Picasso, S., & Vázquez Ferreyra, R. (2014). *Ley de defensa del consumidor comentada*. Buenos Aires: La Ley.
- Piguillem, J., & Cossari, M. (2013). *Derecho del turismo*. Buenos Aires: Abeledo Perrot.

## 13. Planificación y Ordenamiento Territorial Turístico

Concepto de planificación turística y su importancia en el desarrollo sostenible de los destinos. Enfoques y modelos de planificación del turismo. Relación entre turismo, territorio y desarrollo local. El territorio como soporte del sistema turístico. Recursos turísticos y organización del espacio turístico. Ordenamiento territorial y uso del suelo en contextos turísticos. Diagnóstico territorial aplicado al turismo: identificación de recursos, infraestructura, accesibilidad, servicios y actores locales. Instrumentos de planificación turística a nivel nacional, regional y local. Planes de desarrollo turístico y planes de ordenamiento territorial. Integración del turismo en las políticas de desarrollo territorial. Gestión del crecimiento turístico y prevención de impactos negativos en el territorio. Turismo y conservación del patrimonio natural y cultural. Participación de actores locales en los procesos de planificación turística. Herramientas básicas para el diseño de estrategias de desarrollo turístico territorial. Análisis de casos de planificación turística en destinos nacionales y regionales.

### Bibliografía sugerida

- Boullón, R. C. (2006). *Planificación del espacio turístico* (4.ª ed.). México: Trillas.
- Gunn, C. A., & Var, T. (2002). *Tourism planning: Basics, concepts, cases* (4th ed.). New York: Routledge.





- Inskip, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Vera, J. F., López Palomeque, F., Marchena, M., & Antón, S. (2011). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Gestión de destinos turísticos*. Madrid: OMT.

#### 14 - Inglés Turístico II

Profundización del inglés aplicado al ámbito turístico. Ampliación del vocabulario específico del sector turístico: servicios de alojamiento, gastronomía, transporte, actividades recreativas y circuitos turísticos. Estructuras gramaticales intermedias aplicadas a la comunicación profesional en turismo. Comprensión oral de situaciones comunicativas vinculadas a la atención de turistas internacionales. Producción oral en contextos profesionales del turismo: orientación al visitante, presentación de destinos, explicación de itinerarios y resolución de consultas. Lectura comprensiva de textos turísticos especializados: páginas web, folletos, itinerarios, reglamentos y descripciones de destinos. Redacción de textos funcionales en inglés para el ámbito turístico: correos electrónicos, respuestas a consultas, descripciones de servicios y promoción de experiencias turísticas. Estrategias de comunicación intercultural en la interacción con visitantes extranjeros. Simulación de situaciones reales de atención al turista y gestión de servicios turísticos. Uso del inglés como herramienta para la promoción y comercialización internacional de productos turísticos.

#### Bibliografía sugerida

- Harding, K. (2007). *English for tourism and hospitality*. Oxford: Oxford University Press.
- Morgan, T., & O'Neill, R. (2015). *English for tourism*. Oxford: Oxford University Press.
- Walker, R., & Harding, K. (2009). *Tourism 1*. Oxford: Oxford University Press.
- Walker, R., & Harding, K. (2010). *Tourism 2*. Oxford: Oxford University Press.
- Wood, N. (2003). *Tourism and catering: English for professional purposes*. Oxford: Oxford University Press.

#### 15 - Práctica Profesionalizante III: Formulación de Emprendimiento

El emprendedurismo en el sector turístico: características, oportunidades y desafíos. Identificación de oportunidades de negocio en el ámbito turístico a partir del análisis del territorio y del mercado. Perfil del emprendedor y competencias para el desarrollo de proyectos turísticos. Generación y validación de ideas de emprendimientos turísticos. Metodologías para la formulación de proyectos. Análisis del entorno y del mercado turístico. Definición del modelo de negocio para emprendimientos turísticos. Identificación de segmentos de clientes y propuesta de valor. Estructura básica de un plan de emprendimiento turístico. Análisis de recursos necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento. Estimación preliminar de costos, ingresos y viabilidad económica del proyecto. Identificación de aliados estratégicos y redes de colaboración. Incorporación de criterios de sostenibilidad y desarrollo territorial en el diseño del emprendimiento. Presentación y comunicación de proyectos emprendedores. Elaboración de un proyecto inicial de emprendimiento turístico contextualizado en el territorio.

#### Bibliografía sugerida

- Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company*. Pescadero: K&S Ranch.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Barcelona: Deusto.





- Ries, E. (2012). *El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*. Barcelona: Deusto.
- Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Innovación y emprendimiento en turismo*. Madrid: OMT.

## 16 - Frances Turístico I

Introducción al idioma francés aplicado al ámbito turístico. Fonética y pronunciación básica del francés. Vocabulario inicial vinculado al turismo: saludos, presentaciones, servicios turísticos, alojamiento, gastronomía y transporte. Estructuras gramaticales básicas para la comunicación en contextos turísticos. Comprensión oral de expresiones simples utilizadas en la atención al visitante. Producción oral en situaciones de interacción básica con turistas: saludos, presentación personal, orientación e información general sobre servicios y atractivos turísticos. Lectura comprensiva de textos breves vinculados al turismo: señalética, folletos informativos, itinerarios y páginas web turísticas. Redacción de textos simples en francés relacionados con la comunicación turística: mensajes breves, descripciones básicas de lugares y servicios. Estrategias básicas de comunicación intercultural en la atención a visitantes francófonos. Simulación de situaciones reales de atención al turista en contextos de servicios turísticos.

### Bibliografía sugerida

- Corbeau, S., Dubois, C., & Penfornis, J.-L. (2013). *Tourisme.com: Méthode de français professionnel du tourisme*. Paris: CLE International.
- Girardet, J., & Pêcheur, J. (2016). *Alter Ego + A1: Méthode de français*. Paris: Hachette FLE.
- Lopes, M., & Le Bougnec, J.-T. (2018). *Le français du tourisme*. Paris: Hachette FLE.
- Penfornis, J.-L. (2013). *Français.com: Français professionnel*. Paris: CLE International.
- Tagliante, C. (2006). *La classe de langue*. Paris: CLE International.

## 17 - Innovación y Desarrollo de Productos Turísticos

Concepto de innovación en el turismo y su importancia para la competitividad de destinos y emprendimientos turísticos. Tendencias contemporáneas del turismo y cambios en la demanda turística. Creatividad e innovación en el diseño de experiencias turísticas. Concepto de producto turístico y sus componentes. Metodologías para el desarrollo de productos turísticos innovadores. Identificación de oportunidades de innovación en el territorio. Integración de recursos naturales, culturales y productivos en el diseño de productos turísticos. Diseño de experiencias turísticas diferenciadas y con identidad territorial. Turismo creativo, turismo experiencial y turismo comunitario. Desarrollo de circuitos turísticos temáticos. Innovación en servicios turísticos y mejora de la experiencia del visitante. Incorporación de tecnologías digitales en el desarrollo de productos turísticos. Estrategias de diferenciación y posicionamiento de productos turísticos en el mercado. Evaluación de la viabilidad técnica y económica de nuevos productos turísticos. Análisis de casos de innovación en destinos y emprendimientos turísticos.

### Bibliografía sugerida

- Hjalager, A. M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 1–12.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing para turismo* (6.ª ed.). Madrid: Pearson Educación.





- Morrison, A. M. (2019). *Marketing and managing tourism destinations* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23, 16–20.
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Innovación y emprendimiento en turismo*. Madrid: OMT.

## **18 - Gestión Financiera y Evaluación de Proyectos**

Conceptos fundamentales de gestión financiera aplicados a emprendimientos. Importancia de la planificación financiera en proyectos productivos y de servicios. Fuentes de financiamiento para emprendimientos turísticos: financiamiento propio, crédito, programas públicos y financiamiento privado. Estructura financiera de un proyecto turístico. Costos de inversión inicial y capital de trabajo. Elaboración de presupuestos financieros. Flujo de fondos y proyecciones financieras. Concepto de rentabilidad y análisis de resultados económicos. Indicadores financieros básicos para la evaluación de proyectos: valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), período de recuperación de la inversión y punto de equilibrio. Evaluación económica y financiera de proyectos turísticos. Análisis de riesgos y sostenibilidad económica de emprendimientos turísticos. Toma de decisiones financieras en contextos de emprendimientos de pequeña y mediana escala. Elaboración y presentación de evaluaciones financieras para proyectos de inversión turística.

### **Bibliografía sugerida**

- Berk, J., & DeMarzo, P. (2017). *Finanzas corporativas* (4.ª ed.). México: Pearson Educación.
- Brealey, R., Myers, S., & Allen, F. (2014). *Principios de finanzas corporativas* (10.ª ed.). México: McGraw-Hill Education.
- Garrison, R., Noreen, E., & Brewer, P. (2018). *Contabilidad administrativa* (16.ª ed.). México: McGraw-Hill Education.
- Ross, S., Westerfield, R., & Jordan, B. (2013). *Fundamentos de finanzas corporativas* (10.ª ed.). México: McGraw-Hill Education.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos* (6.ª ed.). México: McGraw-Hill Education.

## **19 - Turismo Sustentable y Responsabilidad Social**

Concepto de desarrollo sostenible y su aplicación al turismo. Principios del turismo sustentable y su evolución en el contexto internacional. Relación entre turismo, ambiente y sociedad. Impactos ambientales, sociales, culturales y económicos de la actividad turística. Gestión responsable de los recursos naturales y culturales en destinos turísticos. Turismo y conservación del patrimonio natural y cultural. Áreas naturales protegidas y turismo de naturaleza. Participación de las comunidades locales en el desarrollo turístico. Turismo comunitario y desarrollo territorial. Responsabilidad social en emprendimientos turísticos. Buenas prácticas para el turismo sostenible. Normativas y lineamientos internacionales sobre turismo responsable. Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible aplicados al turismo. Diseño de proyectos turísticos con criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica. Análisis de casos de experiencias de turismo sustentable en contextos locales y regionales

### **Bibliografía sugerida**

- Honey, M. (2008). *Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?* (2nd ed.). Washington, DC: Island Press.
- Organización Mundial del Turismo. (2017). *El turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Viaje hacia 2030*. Madrid: OMT.





- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. Wallingford: CABI Publishing.
- UNEP & Organización Mundial del Turismo. (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers*. Madrid: OMT.
- Weaver, D. (2006). *Sustainable tourism: Theory and practice*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

## 20 - Comercialización Digital y E-commerce Turístico

Transformación digital del turismo y nuevas dinámicas de comercialización de servicios turísticos. Concepto de comercio electrónico aplicado al sector turístico. Plataformas digitales de comercialización turística: agencias de viaje online (OTA), marketplaces turísticos y sistemas de reservas. Estrategias de marketing digital para emprendimientos turísticos. Gestión de redes sociales como herramienta de promoción y comunicación turística. Creación y gestión de contenidos digitales para la promoción de destinos y servicios turísticos. Estrategias de posicionamiento en buscadores (SEO) y marketing en buscadores (SEM) aplicados al turismo. Diseño de campañas digitales de promoción turística. Experiencia del usuario en entornos digitales y proceso de compra online. Herramientas de análisis de datos y métricas digitales para evaluar el desempeño de estrategias de comercialización. Gestión de reputación online y manejo de opiniones de clientes en plataformas digitales. Integración de estrategias de e-commerce en emprendimientos turísticos de pequeña y mediana escala.

### Bibliografía sugerida

- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet. *Tourism Management*, 29(4), 609–623.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Harlow: Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Hoboken: Wiley.
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188.

## 21. Práctica Profesionalizante IV: Plan de Negocios Turístico

El plan de negocios como herramienta para la creación y consolidación de emprendimientos turísticos. Estructura y componentes de un plan de negocios. Análisis del entorno y del mercado turístico para la formulación de emprendimientos. Identificación de oportunidades de negocio en el sector turístico. Definición de la propuesta de valor y del modelo de negocio turístico. Segmentación de mercado y definición de público objetivo. Estrategias de marketing y comercialización aplicadas a emprendimientos turísticos. Organización y estructura operativa del emprendimiento. Planificación de recursos humanos, materiales y tecnológicos. Análisis de costos, ingresos y proyecciones financieras del emprendimiento. Evaluación de la viabilidad económica y financiera del proyecto. Identificación de riesgos y estrategias de mitigación. Incorporación de criterios de sostenibilidad ambiental, social y territorial en el plan de negocios. Elaboración y presentación de un plan de negocios turístico aplicado a un contexto territorial específico.

### Bibliografía sugerida

- Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). New York: McGraw-Hill Education.





- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Barcelona: Deusto.
- Ries, E. (2012). *El método Lean Startup: Cómo crear empresas de éxito utilizando la innovación continua*. Barcelona: Deusto.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos* (6.ª ed.). México: McGraw-Hill Education.
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Innovación y emprendimiento en turismo*. Madrid: OMT.

## **22 - Francés Turístico II**

Profundización del idioma francés aplicado al ámbito turístico. Ampliación del vocabulario específico del sector turístico: alojamiento, gastronomía, transporte, excursiones, actividades recreativas y servicios turísticos. Estructuras gramaticales de nivel intermedio orientadas a la comunicación profesional. Comprensión oral de conversaciones vinculadas a la atención de turistas francófonos en contextos de servicios turísticos. Producción oral en situaciones profesionales del sector turístico: orientación al visitante, descripción de destinos, presentación de circuitos turísticos y explicación de itinerarios. Lectura comprensiva de textos turísticos especializados: folletos promocionales, páginas web de turismo, descripciones de destinos y servicios turísticos. Redacción de textos funcionales en francés para el ámbito turístico: correos electrónicos, respuestas a consultas, descripciones de productos turísticos y promoción de experiencias turísticas. Estrategias de comunicación intercultural en la interacción con visitantes francófonos. Simulación de situaciones reales de atención al turista y resolución de problemas frecuentes en servicios turísticos. Uso del idioma francés como herramienta para la promoción internacional de destinos y emprendimientos turísticos.

### **Bibliografía sugerida**

- Corbeau, S., Dubois, C., & Penfornis, J.-L. (2013). *Tourisme.com: Méthode de français professionnelle du tourisme*. Paris: CLE International.
- Girardet, J., & Pêcheur, J. (2016). *Alter Ego + A2: Méthode de français*. Paris: Hachette FLE.
- Lopes, M., & Le Bougnec, J.-T. (2018). *Le français du tourisme*. Paris: Hachette FLE.
- Penfornis, J.-L. (2013). *Français.com: Français professionnel*. Paris: CLE International.
- Tagliante, C. (2006). *La classe de langue*. Paris: CLE International.

## **23 - Dirección Estratégica de Emprendimientos Turísticos**

Concepto de dirección estratégica y su aplicación en emprendimientos turísticos. Análisis estratégico de organizaciones turísticas: misión, visión y valores. Análisis del entorno competitivo: herramientas para el diagnóstico estratégico del sector turístico. Análisis interno de emprendimientos turísticos: recursos, capacidades y ventajas competitivas. Formulación de estrategias para emprendimientos turísticos de pequeña y mediana escala. Modelos de planificación estratégica aplicados al turismo. Innovación y adaptación estratégica en contextos de cambio del mercado turístico. Gestión estratégica de la experiencia del cliente en servicios turísticos. Estrategias de diferenciación y posicionamiento de emprendimientos turísticos. Gestión del crecimiento y desarrollo de emprendimientos turísticos. Toma de decisiones estratégicas en contextos de incertidumbre. Liderazgo estratégico y desarrollo organizacional en empresas turísticas. Evaluación y seguimiento de estrategias en emprendimientos turísticos.

### **Bibliografía sugerida**





- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases* (16th ed.). New York: Pearson.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2013). *Strategic management: An integrated approach* (10th ed.). Boston: Cengage Learning.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2011). *Exploring strategy* (9th ed.). Harlow: Pearson.
- Porter, M. E. (2008). *Estrategia competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: CECSA.
- Page, S. J. (2014). *Tourism management* (5th ed.). London: Routledge.

#### **24 - Gestión de Calidad y Experiencia del Cliente**

Concepto de calidad en los servicios turísticos. Evolución de los enfoques de calidad en la gestión empresarial. Particularidades de la calidad en los servicios turísticos y de hospitalidad. Satisfacción del cliente y percepción de calidad en servicios turísticos. Concepto de experiencia del cliente en el turismo. Diseño y gestión de experiencias turísticas centradas en el visitante. Estándares de calidad en el sector turístico. Sistemas de gestión de calidad aplicados a empresas turísticas. Herramientas para la mejora continua en servicios turísticos. Gestión de quejas, reclamos y resolución de problemas en la atención al cliente. Comunicación efectiva y atención al visitante en contextos turísticos. Fidelización de clientes y construcción de relaciones de largo plazo con los visitantes. Reputación y evaluación de la calidad en plataformas digitales. Buenas prácticas para la mejora de la experiencia del cliente en emprendimientos turísticos.

#### **Bibliografía sugerida**

- Grönroos, C. (2007). *Service management and marketing: Customer management in service competition* (3rd ed.). Chichester: Wiley.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing para turismo* (6.ª ed.). Madrid: Pearson Educación.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). *Marketing de servicios: Personal, tecnología y estrategia* (7.ª ed.). México: Pearson Educación.
- Morrison, A. M. (2019). *Marketing and managing tourism destinations* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

#### **25 - Liderazgo y Gestión de Equipos**

Concepto de liderazgo y su importancia en las organizaciones. Diferencia entre liderazgo y gestión. Enfoques teóricos del liderazgo y su evolución en el ámbito organizacional. Estilos de liderazgo y su aplicación en contextos laborales. Liderazgo en organizaciones de servicios y emprendimientos turísticos. Formación y desarrollo de equipos de trabajo. Dinámica de grupos y funcionamiento de equipos. Comunicación interpersonal y organizacional en equipos de trabajo. Motivación y compromiso en el ámbito laboral. Gestión de conflictos y resolución de problemas en equipos de trabajo. Toma de decisiones en contextos organizacionales. Coordinación y organización del trabajo en equipos multidisciplinarios. Desarrollo de habilidades de liderazgo para el emprendedurismo. Construcción de climas organizacionales positivos y colaborativos. Liderazgo ético y responsabilidad social en la gestión de organizaciones.

#### **Bibliografía sugerida**





- Goleman, D. (2002). *El líder resonante crea más: El poder de la inteligencia emocional*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Northouse, P. G. (2016). *Leadership: Theory and practice* (7th ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). *Comportamiento organizacional* (17.ª ed.). México: Pearson Educación.
- Senge, P. (2005). *La quinta disciplina: El arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje*. Buenos Aires: Granica.
- Yukl, G. (2013). *Leadership in organizations* (8th ed.). Boston: Pearson.

## **26 - Práctica Profesionalizante V: Proyecto Final Integrador**

El proyecto final integrador como instancia de síntesis de la formación técnica y profesional. Integración de conocimientos, habilidades y competencias desarrolladas a lo largo de la carrera. Identificación de problemáticas, oportunidades y desafíos en el sector turístico a nivel local o regional. Selección y delimitación del objeto de estudio o intervención. Metodologías para el desarrollo de proyectos aplicados al ámbito turístico. Análisis territorial, diagnóstico del entorno y relevamiento de información. Diseño y formulación de un proyecto de emprendimiento o desarrollo turístico. Definición de objetivos, estrategias y plan de acción. Elaboración de un modelo de negocio turístico o propuesta de desarrollo de servicios turísticos. Análisis de viabilidad técnica, económica y organizacional del proyecto. Incorporación de criterios de sostenibilidad ambiental, social y territorial. Desarrollo de estrategias de comercialización y posicionamiento del emprendimiento o proyecto turístico. Elaboración de informes técnicos y documentación del proyecto. Presentación y defensa oral del proyecto final integrador ante un tribunal académico.

### **Bibliografía sugerida**

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista, P. (2018). *Metodología de la investigación* (7.ª ed.). México: McGraw-Hill Education.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Barcelona: Deusto.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos* (6.ª ed.). México: McGraw-Hill Education.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Innovación y emprendimiento en turismo*. Madrid: OMT.

## **10.- METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA**

### **10.1. – Enfoque metodológico**

La propuesta pedagógica de la Tecnicatura Universitaria en Gestión y Desarrollo de Emprendimientos Turísticos se fundamenta en un enfoque de formación técnico–aplicada orientado al desarrollo de competencias profesionales acordes al perfil del egresado y a las demandas del sector turístico regional.





El proceso de enseñanza y aprendizaje se concibe como un trayecto formativo progresivo que articula saberes conceptuales, herramientas de gestión, capacidades de diseño de experiencias turísticas y actitudes profesionales vinculadas al emprendedurismo, la innovación y el desarrollo territorial.

La carrera adopta un enfoque de formación por competencias, entendidas como la capacidad de integrar conocimientos teóricos, habilidades prácticas y criterios éticos para el diseño, gestión y desarrollo de emprendimientos turísticos con viabilidad económica, calidad en los servicios y compromiso con la sostenibilidad ambiental y sociocultural.

En este sentido, la propuesta formativa promueve el desarrollo de capacidades para identificar oportunidades en el territorio, diseñar productos y experiencias turísticas, formular proyectos emprendedores y gestionar servicios turísticos orientados al desarrollo local.

## **10.2.- Estrategias de enseñanza**

Las estrategias didácticas priorizan el aprendizaje situado, el trabajo con el territorio y el aprendizaje basado en proyectos, promoviendo la participación activa de los estudiantes y la aplicación de los conocimientos en contextos reales o simulados del sector turístico.

Entre las principales estrategias se contemplan:

- Clases teórico-prácticas destinadas al análisis de fundamentos del turismo, desarrollo territorial, gestión de emprendimientos y sostenibilidad turística.
- Talleres de diseño y desarrollo de productos y experiencias turísticas.
- Análisis de casos vinculados a destinos turísticos, emprendimientos y proyectos de desarrollo turístico.
- Resolución de problemas relacionados con la gestión, planificación y comercialización e servicios turísticos.

Desarrollo de proyectos integradores individuales y grupales vinculados a la creación o mejora de emprendimientos turísticos.

- Prácticas profesionalizantes en emprendimientos turísticos, proyectos territoriales o iniciativas vinculadas al sector.
- Actividades de relevamiento territorial para la identificación de recursos turísticos y oportunidades de desarrollo.
- Uso de herramientas digitales aplicadas a la promoción, comunicación y comercialización de servicios turísticos.





Estas estrategias favorecen la construcción de aprendizajes significativos y la transferencia de los conocimientos a contextos laborales concretos.

### **10.3.- Articulación entre teoría y práctica**

La formación articula permanentemente fundamentos conceptuales con su aplicación práctica en contextos de desarrollo turístico.

Los contenidos teóricos constituyen la base para la comprensión del sistema turístico, el análisis territorial, el diseño de productos turísticos, la formulación de proyectos y la gestión de emprendimientos.

Las prácticas profesionalizantes, los talleres de proyectos y el Proyecto Final Integrador permiten consolidar el desarrollo progresivo de competencias técnicas, de gestión y de innovación, posibilitando que los estudiantes intervengan en situaciones reales o simuladas del campo profesional.

### **10.4.- Modalidad híbrida**

En coherencia con la modalidad híbrida, las instancias virtuales se orientan al abordaje de contenidos conceptuales, análisis de casos, acceso a recursos digitales, desarrollo de actividades de investigación y seguimiento de proyectos.

Las instancias presenciales priorizan el trabajo en talleres de proyectos, actividades de campo, análisis territorial, desarrollo de productos turísticos, dinámicas de trabajo colaborativo y evaluaciones prácticas.

Esta combinación de modalidades favorece la flexibilidad del proceso formativo y la integración de herramientas digitales con experiencias de aprendizaje situadas.

## **11.- EVALUACIÓN**

La evaluación se concibe como un proceso integral, continuo y formativo, orientado al desarrollo de competencias profesionales vinculadas al diseño, gestión y desarrollo de emprendimientos turísticos.

Se estructura bajo un enfoque de evaluación por competencias, integrando saberes conceptuales, capacidades técnicas, habilidades de gestión y actitudes profesionales.

### **11.1.- Enfoque general**





El sistema evaluativo se fundamenta en los siguientes principios:

- **Integralidad:** evaluación de conocimientos teóricos, capacidades de gestión y desempeño profesional.
- **Continuidad:** seguimiento permanente del proceso de aprendizaje.
- **Contextualización:** resolución de situaciones reales o simuladas del campo turístico.
- **Transparencia:** criterios de evaluación claros y comunicados previamente a los estudiantes.
- **Equidad:** diversidad de instrumentos de evaluación que contemplen distintos modos de aprendizaje.

### 11.2.- Ejes de la evaluación integral

La evaluación se organiza en cuatro dimensiones articuladas:

- a) Saber (Fundamentos conceptuales):** Comprensión del sistema turístico, desarrollo territorial, planificación turística, gestión empresarial y turismo sostenible.
- b) Saber hacer (Competencia técnica):** Diseño de productos turísticos, formulación de emprendimientos, planificación de proyectos turísticos y desarrollo de estrategias de comercialización.
- c) Saber hacer con criterios profesionales:** Aplicación de herramientas de gestión, planificación estratégica, atención al visitante, promoción digital y organización de servicios turísticos con criterios de calidad y sostenibilidad.
- d) Saber ser (Dimensión ética y profesional):** Responsabilidad profesional, trabajo colaborativo, compromiso con el desarrollo territorial, respeto por el patrimonio cultural y natural y actitud emprendedora.

### 11.3.- Evidencias de competencia

La acreditación de competencias se verificará mediante:

- Desarrollo de proyectos integradores vinculados al diseño de productos o emprendimientos turísticos.
- Elaboración de diagnósticos territoriales y relevamiento de recursos turísticos.
- Presentación de propuestas de productos turísticos o experiencias de turismo.
- Evaluaciones escritas de fundamentos teóricos del turismo y la gestión de emprendimientos.
- Informes de prácticas profesionalizantes.



- Elaboración de planes de negocio turísticos.
- Defensa oral del **Proyecto Final Integrador**.

