



GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION

///3.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

ANEXO UNICO

DISEÑO CURRICULAR PROVINCIAL

TECNICATURA SUPERIOR EN TURISMO



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///4.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

1- DENOMINACIÓN DE LA CARRERA

Tecnicatura Superior en Turismo

2- FUNDAMENTACIÓN

En los últimos años el turismo se consolidó como una de las principales actividades económicas en todo el mundo, generadora de recursos superiores a muchos rubros de la producción de bienes. El medio ambiente, la cultura y el ocio conforman las bases, contenidos y tiempos del turismo, siendo los servicios los que posibilitan su acceso y realización.

La compatibilización de los intereses de los negocios privados con la sustentabilidad constituye el desafío que debe asumir el Estado en su carácter de orientador, promotor y regulador del turismo. Fomentar una estrategia de crecimiento, basada en el desarrollo local y regional que sustentada en proyectos integrales con la utilización racional del patrimonio cultural y natural permitirán un doble objetivo: la preservación de culturas, monumentos y entornos y el desarrollo del sector terciario y la creación de empleo.

La visión del Plan de Desarrollo Turístico Sustentable para la Provincia de Jujuy, y sus conceptos implícitos, tienen en cuenta las variables estratégicas planteadas y la orienta en función del marco estratégico entre las que se destacan:

Referente Turístico: Migrar de ser una provincia con incipiente turismo, a una provincia en la que la actividad del turismo sea relevante, mediante la creación de destinos turísticos claramente identificados en la región como propios de la provincia, generando aumento en el pernocte, a través de las actividades que hagan que el turista vivencie la cultura, la historia, la gente y los recursos naturales de Jujuy.

Oferta de Excelencia: Buscar dar un servicio turístico de calidad, mediante el mejoramiento y la fiscalización de la planta turística y la educación y la capacitación de todos los actores involucrados en el sector para adecuar los servicios ofrecidos a las exigencias del segmento de demanda que se busca atraer.

Actividad Rentable para todos: Atraer a un segmento de demanda que tenga el poder adquisitivo para hacer del turismo un servicio rentable, creando el marco regulatorio que permita una amplia participación de la población, fomentando la inserción en el mercado de pequeños y medianos empresarios que logren su sustento y desarrollo con la explotación racional de la actividad.

La formación de profesionales turísticos y la concientización de la población local que son columnas importantes en la estrategia de preservación del patrimonio cultural.¹

El presente diseño reconoce la necesidad de brindar a la provincia personas capaces de comprender la complejidad del sistema turístico, interpretar sus variaciones, anticiparse a ellas y generar proyectos y propuestas innovadoras que sean sustentables, y que contribuyan a la empleabilidad de los recursos humanos.

Este diseño se ajusta a los criterios de la política educativa de la provincia de Jujuy para las Tecnicaturas Superiores que busca garantizar una formación suficiente para cumplir con las competencias que demanda este sector productivo. Para su elaboración se consideraron las actuales exigencias de formación de los Técnicos Superiores en Turismo, se tomaron en cuenta las recomendaciones de:

- Ministerio de Cultura y Turismo de la Provincia de Jujuy- Secretaria de Turismo
- Ministerio de Turismo de la Nación
- Organización Mundial del Turismo (OMT)
- Organización Internacional del Trabajo (OIT)

Dichas exigencias de formación son el resultado del proceso de globalización, así como es la evolución de las actividades desarrolladas por los prestadores de servicios turísticos.

3- OBJETIVOS DE LA CARRERA

¹ HORWATH Argentina- CAF: "Plan de Desarrollo Turístico Sustentable de la Provincia de Jujuy" Mayo 2006



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///5.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

- Formar recursos humanos con capacidades, conocimientos, experiencias y habilidades para desempeñarse con eficiencia como facilitadores, promotores y gestores de los productos y procesos de la actividad turística

4- DATOS GENERALES

a) **Título que otorga:**

Técnico Superior en Turismo

b) **Familia profesional a la que pertenece:**

c) **Duración:** 3 años

d) **Modalidad:** Presencial

e) **Condiciones de ingreso:**

- Poseer título de Nivel Medio y/o Polimodal.
- Los mayores de 25 años que no hayan finalizado el Nivel Medio o Polimodal podrán acogerse a la Resolución 114-SE-02 de la provincia de Jujuy.
- Presentación de documentos personales y académicos según normativa vigente.

f) **Régimen de asistencia, evaluación y acreditación:** Conforme a normativa vigente para Nivel Superior.

5- PERFIL DEL EGRESADO

Este profesional debe estar capacitado para comprender la Actividad Turística como un todo y conocer los impactos sociales, culturales, económicos, y ambientales, de modo tal que su quehacer contribuya al desarrollo del país formulando, evaluando y desarrollando proyectos de nuevos productos de acuerdo al mercado local y cumpliendo la legislación correspondiente.

El técnico superior en turismo estará en condiciones de generar, liderar, gestionar y organizar emprendimientos turísticos tanto en el ámbito público como en el privado, ejecutando tareas técnicas, estratégicas y operativas en ambos ámbitos.

Debe actuar de acuerdo con los códigos de comportamiento social, empresarial y legal, adoptando las normas éticas y morales que la función exige y comprender las distintas formas que adopta la actividad en los diferentes países.

Este técnico tiene que utilizar correctamente razonamientos inductivos, deductivos y analógicos que faciliten la resolución de conflictos, por medio de la fundamentación científica en los procesos y sistemas tecnológicos.

Competencia general

El Técnico Superior en Turismo estará capacitado para comprender la actividad turística como un todo, conociendo sus diferentes impactos sociales, culturales, económicos y ambientales, para que sea un motor de desarrollo del País, dando respuestas a las diferentes necesidades, mediante el aprovechamiento integral de los recursos, naturales y culturales; potenciando la actividad, a través de un proceso participativo con los distintos actores sociales intervinientes, en la formulación, evaluación y desarrollo de planes, programas y proyectos turísticos. Estará capacitado para actuar como Profesional responsable en una Empresa de Viajes y Turismo de acuerdo con la normativa vigente, mediante su aval en el desempeño de las actividades turísticas.

Áreas de competencia

Las áreas de competencia del Técnico Superior en Turismo son las siguientes:

1. Diagnosticar diseñar, liderar, gestionar, organizar emprendimientos turísticos en el ámbito público y privado.
2. Programar, organizar y coordinar productos turísticos y recreacionales, nacionales e internacionales.
3. Administrar, contratar e intermediar la venta de todo tipo de servicios turísticos o prestaciones de servicios turísticos satisfaciendo las necesidades de la demanda.
4. Elaborar, implantar y operar sistemas de información y de procesos de datos para la prestación de los servicios turísticos atendiendo a los cambios que se van generando.



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///6.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

5. Diseñar, dirigir, efectuar y controlar planes, programas y proyectos de comercialización, mediante la implementación de estrategias de comercialización, de comunicación, promoción y publicidad.

6. Generar proyectos que reconozcan la naturaleza social y económica de los fenómenos turísticos y sus variaciones en el tiempo y el espacio, con el fin de preservar y conservar el ambiente.

Sub-áreas de competencia

Área de competencia 1

- Diagnosticar diseñar, liderar, gestionar, organizar y emprendimientos turísticos en el ámbito público y privado

1.1 Dirigir y administrar empresas y emprendimientos turísticos y recreacionales.

1.2 Elaborar estándares de calidad.

1.3 Elaborar planes de negocios

Área de competencia 2

- Programar, organizar, coordinar servicios turísticos y recreacionales, nacionales e internacionales.

2.1 Efectuar tareas administrativas, atención al público, ventas, reservas y cotizaciones.

2.2 Contratar e intermediar la venta de todo tipo de servicios o prestaciones de servicios turísticos.

2.3 Programar y elaborar Circuitos Turísticos.

Área de competencia 3

- Administrar, contratar e intermediar la venta de todo tipo de servicios turísticos o prestaciones de servicios turísticos satisfaciendo las necesidades de la demanda

3.1 Efectuar análisis de mercado.

3.2 Coordinar servicios turísticos y recreacionales.

3.3 Evaluar alternativas de financiación.

3.4 Confección de presupuestos operativos y financieros.

Área de competencia 4

- Elaborar, implantar y operar sistemas de información y de procesos de datos para la prestación de los servicios turísticos atendiendo a los cambios que se van generando.

4.1 Utilizar la Informática como una herramienta de análisis

4.2 Operar sistemas informativos propios de la actividad

4.3 Supervisar las áreas operativas.

4.4 Elaborar informes técnicos

Área de competencia 5

Administrar, diseñar, dirigir, efectuar y controlar planes, programas y proyectos de comercialización, mediante la implementación de estrategias de comercialización, de comunicación, promoción y publicidad.

5.1 Programar de actividades turísticas y recreacionales.

5.2 Evaluar alternativas de financiación.

5.3 Aplicar técnicas de negociación y contratación en materia de calidad, precios y cantidad en los servicios turísticos.

5.4 Utilizar la informática como una herramienta de análisis

5.5 Operar sistemas informativos propios de la actividad

5.6 Supervisar las áreas operativas.



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///7.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

5.7 Elaborar informes técnicos

Área de competencia 6

- Generar proyectos que reconozcan la naturaleza social y económica de los fenómenos turísticos y sus variaciones en el tiempo y el espacio, con el fin de preservar y conservar el ambiente.

6.1 Asesorar como actor involucrado en equipos interdisciplinarios de planificación y programación

6.2 Relevar y categorizar recursos turísticos y supervisar las tareas de campo correspondientes.

6.3 Desarrollar acciones de capacitación y concientización de los integrantes de las comunidades.

6.4 Diseñar los proyectos turísticos respetando las normas de conservación del medio ambiente natural y el Patrimonio Cultural.

6- ÁMBITO SOCIO OCUPACIONAL

El desempeño de este profesional se desarrolla en espacios ocupacionales tales como: Empresas de Servicios Turísticos de todo tipo, Empresas de Viajes y Turismo, Agencias de Viajes, Organismos públicos relacionados con el Turismo, Asociaciones, Sindicatos, Obras Sociales. El Técnico Superior en Turismo actuará como idóneo profesional responsable en una Empresa de Viajes y Turismo de acuerdo con la normativa vigente, mediante su aval en el desempeño de las actividades turísticas.



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///8.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

7- ESTRUCTURA CURRICULAR

Año	Orden	Espacios Curriculares	Régimen	Horas Cátedras semanales		Total horas cátedra
				Cuatrimestrales	Anuales	
1º	1	Introducción al Turismo	A		4	128
	2	Servicios Turísticos I	A		4	128
	3	Circuitos Turísticos Mundiales	A		4	128
	4	Agencia de Viajes	A		4	128
	5	Comunicación Turística	1°C	4		64
	6	Modalidades Turísticas	2°C	4		64
	7	Economía y Turismo	A		3	96
	8	Inglés	A		4	128
		TOTAL Hs. Primer Año			8	23
2º	9	Circuitos Turísticos de Argentina	A		4	128
	10	Productos Turísticos	A		4	128
	11	Diseño de Circuitos Turísticos	A		3	96
	12	Servicios Turísticos II	A		5	160
	13	Turismo y Paisaje Cultural	A		3	96
	14	Emprendimientos Turísticos	A		4	128
	15	Inglés Técnico I	A		3	96
	16	Práctica Profesionalizante I	A		6	192
		TOTAL Hs. Segundo Año				32
	17	Legislación Turística	A		3	96
	18	Marketing Turístico	A		4	128
	19	Política Turística	A		4	128
	20	Administración de Empresas Turísticas	A		4	128
	21	Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos	A		4	128
	22	Inglés Técnico II	A		4	128
	23	Práctica Profesionalizante II	A		6	192
		TOTAL Hs. Tercer Año				29
TOTAL HORAS CATEDRA CARRERA						2816
TOTAL HORAS RELOJ DE LA CARRERA						1877 horas con 20 minutos



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///9.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

8- DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS CURRICULARES POR CAMPOS DE FORMACIÓN

Campo de	Orden	Espacio Curriculares	Horas Cátedras	%
Formación General	7	Economía y Turismo	96	8
	8	Inglés	128	
			224	
Formación de Fundamento	1	Introducción al Turismo	128	22
	3	Circuitos Turísticos Mundiales	128	
	10	Productos Turísticos	128	
	13	Turismo y Paisaje Cultural	96	
	19	Política Turística	128	
			608	
Formación Específica	2	Servicios Turísticos I	128	57
	4	Agencia de Viajes	128	
	5	Comunicación Turística	64	
	6	Modalidades Turísticas	64	
	9	Circuitos Turísticos de Argentina	128	
	11	Diseño de Circuitos Turísticos	96	
	12	Servicios Turísticos II	160	
	14	Emprendimientos Turísticos	128	
	15	Inglés Técnico I	96	
	17	Legislación Turística	96	
	18	Marketing Turístico	128	
	20	Administración de Empresas Turísticas	128	
	21	Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos	128	
	22	Inglés Técnico II	128	
		1600		
Práctica Profesionalizante	16	Práctica Profesionalizante I	192	13
	23	Práctica Profesionalizante II	192	
			384	
			2816	
				100



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///10.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

9- PLAN DE CORRELATIVIDADES Y REGIMEN DE APROBACIÓN

Año	Orden	Espacios Curriculares	Régimen	CORRELATIVIDADES		REGIMEN DE APROBACION
				REGULARIZADAS PARA CURSAR	APROBADAS PARA RENDIR	
p	1	Introducción al Turismo	A	-----	-----	Promoción/ Examen Final
	2	Servicios Turísticos I	A	-----	-----	Promoción/ Examen Final
	3	Circuitos Turísticos Mundiales	A	-----	-----	Promoción/ Examen Final
	4	Agencia de Viajes	A	-----	-----	Promoción/ Examen Final
	5	Comunicación Turística	1°C	-----	-----	Promoción/ Examen Final
	6	Modalidades Turísticas	2°C	-----	-----	Promoción/ Examen Final
	7	Economía y Turismo	A	-----	-----	Promoción/ Examen Final
	8	Inglés	A	-----	-----	Promoción/ Examen Final
2°	9	Circuitos Turísticos de Argentina	A	3	1-3	Promoción/ Examen Final
	10	Productos Turísticos	A	1-2-4	1-2-4-6	Promoción/ Examen Final
	11	Diseño de Circuitos Turísticos	A	1-4-6	1-2-4-6	Promoción/ Examen Final
	12	Servicios Turísticos II	A	1-2	1-2-4	Promoción/ Examen Final
	13	Turismo y Paisaje Cultural	A	1-3	3-6	Promoción/ Examen Final
	14	Emprendimientos Turísticos	A	1-2-7	1-2-7	Promoción/ Examen Final
	15	Inglés Técnico I	A	8	8	Promoción/ Examen Final
	16	Práctica Profesionalizante I	A	1-2-3-4-6	1-2-3-4-6	Promoción
3°	17	Legislación Turística	A	12-14	1-2-4-12	Promoción/ Examen Final
	18	Marketing Turístico	A	10-11-14	1-5-6-10	Promoción/ Examen Final
	19	Política Turística	A	10-12-13-14	1-2-4-12-14	Promoción/ Examen Final
	20	Administración de Empresas Turísticas	A	12-14	1-2-7-14	Promoción/ Examen Final
	21	Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos	A	10-14	3-5-7-10-14	Promoción/ Examen Final
	22	Inglés Técnico II	A	15	8-15	Promoción/ Examen Final
	23	Práctica Profesionalizante II	A	2° Año	1° Año	Promoción



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///11.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

ESPACIOS CURRICULARES

1- INTRODUCCIÓN AL TURISMO

Fundamentación

El Turismo es un fenómeno complejo y moderno, su estudio ha sido encarado desde diversos enfoques disciplinarios y desde varias alternativas teóricas, el turismo como objeto de estudio y como fenómeno social. Se abordará el espacio curricular con el objeto de introducir y aclarar conceptos básicos y de describir, estructurar y clasificar la actividad turística, tomado su desarrollo histórico desde sus orígenes hasta la actualidad.

El turismo representa una posibilidad cierta de desarrollo integral de los destinos que lo explotan no tan solo crecimiento económico sino también desarrollo cultural y social.

Contenidos mínimos:

Origen y evolución del turismo. Conceptualización del turismo como fenómeno socioeconómico y su relación con el tiempo libre y la recreación.

Motivaciones del viaje. Sistema Turístico, elementos, relaciones, funcionamiento. Estructura del Mercado Turístico. Oferta y demanda turística. Efectos socioculturales del turismo. Espacio Turístico. Definición y componentes. Tipologías.

Tendencias del turismo en la actualidad. El turismo en la Sociedad de la Información. Turismo y tecnología. "Post-turismo y post-turistas".

El Municipio, su acción en el desarrollo turístico.

¿Qué es la calidad? Sistema de gestión de calidad. Normas internacionales y Nacionales de Calidad. Beneficios de las Normas.

2- SERVICIOS TURÍSTICOS I

Fundamentación

El desarrollo de este espacio curricular se basa en dos ejes principales: en primer lugar, el Servicio de Transporte: el conocimiento, análisis y producción de dichos servicios presenta una dinámica particular y propia con características de oferta, demanda, costos y beneficios que deben ser conocidas por los profesionales del turismo. El otro eje será el del Servicio de Gastronomía: debido a la importancia histórica de los desplazamientos motivados por la necesidad y el placer de comer, beber y disfrutar en la historia de la humanidad ayuda a comprender y reconocer la dimensión de la gastronomía como una "motivación principal para realizar un viaje turístico, razón de ser del hecho turístico". La gastronomía, la enología y sus productos en el turismo son muy recientes, por lo que pertinente aplicar los conocimientos enológicos y gastronómicos adquiridos en relación con las actividades turísticas y hoteleras.

Contenidos mínimos:

Servicios de transporte

Relación entre transporte; aéreo, acuático y terrestre; y turismo. Elementos del transporte. Parque móvil.

Empresas prestadoras de servicios. Infraestructura. Infraestructura de apoyo.

Sistemas. Redes. Centros de distribución. Funciones. Modos. Clasificación según la prestación de servicios. Transporte urbano y de aproximación. Público y privado. Regular y no regular. Factores que inciden en la competencia y complementariedad de los diferentes medios de transportes.

La calidad de los servicios: SACT- directrices y programas de calidad. Costos. Tarifa. Precio. Pasajeros especiales. Estado, territorio y política del transporte. Transporte acuático, transporte ferroviario y transporte automotor: evolución histórica, situación actual, trazado de rutas, terminales, empresas, tipos de vehículos, reglamentación nacional e internacional, canales de comercialización. Organismos nacionales e internacionales que incentivan y/o regulan el desarrollo de cada modalidad.

Gastronomía



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///12.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

Definición de Gastronomía: Turismo Gastronómico. Turismo Interno Gastronómico. Turismo Receptor Gastronómico. Turismo Emisor Gastronómico. Turismo Internacional Gastronómico. Turista Gastronómico. Rutas Gastronómicas.

Planificación Gastronómica: Posibles emprendimientos gastronómicos. Gastronomía rápida y elaborada. Tipos de gastronomía. Estructura de la organización. Inversiones. Franquicias. Tipo y dimensión del negocio. Diseño, el menú y el servicio. La cocina. El salón. Los espacios especiales El control de costos. El plan de producción. Compras y almacenamiento.

Enología. Reconocimiento de las bases de la vitivinicultura mundial y la elaboración de vinos Dominio de técnicas de servicio de bebidas y sus mejores combinaciones con las comidas elaboradas El mundo y sus vinos La vitivinicultura argentina: Zonas de producción. Apreciación sensorial de vinos y reconocimiento de variedades: Degustación y cata. Maridajes. Sommelier: el almacenamiento y el servicio Clasificación de bebidas alcohólicas. Construcción de tragos clásicos y modernos. Coctelería.

3- CIRCUITOS TURÍSTICOS MUNDIALES

Fundamentación

Actualmente el turismo ha dejado de ser una actividad secundaria para entrar en lo que los observadores llaman la etapa de madurez técnica. Los circuitos turísticos siguen constituyendo el pilar fundamental de esta actividad, donde el profesional debe utilizar todas las estrategias a fin de lograr un conocimiento de los mismos.

En este espacio curricular se abordarán temas relacionados a los principales circuitos turísticos mundiales, los contextos de cada uno, los recursos y atractivos que poseen. Se plantea, también, una relación directa entre cultura, naturaleza y turismo, de modo que los circuitos a abordar corresponden a estas grandes temáticas.

Contenidos mínimos:

Introducción al medio natural: sistemas de relieves, climas y biomas. Paisajes naturales. Conocimientos básicos de cartografía.

Contexto socio-histórico de los recursos culturales. Principales movimientos estéticos y su constitución como recursos turísticos. Expresiones artísticas.

Principales atractivos y circuitos culturales y naturales de Europa, Asia, África, Oceanía y América. Paisajes naturales y recursos naturales. Áreas protegidas más representativas de cada continente.

4- AGENCIA DE VIAJES

Fundamentación

Este espacio curricular permitirá conocer el funcionamiento de uno de los pilares en la prestación de servicios turísticos, como lo son las empresas de diferentes categorías relacionadas a las Agencias de Viajes. Las funciones que ellas cumplen en el proceso de producción, distribución e intermediación de los servicios turísticos y la normativa que regula su actividad.

Contenidos mínimos:

Concepto de Agencia de Viajes. Funciones de las Agencias de Viajes. Organigramas. Nacimiento y desarrollo de las Agencias de Viajes en Argentina. Nacimiento y Desarrollo de la Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes (FUAAV). Asociaciones profesionales y Cámaras de Agencia de Viajes: AAVyT (Asociación Argentina de Agencia de Viajes y Turismo), CAT (Cámara Argentina de Turismo).

Legislación Vigente en Materia de Agencias de Viajes: Ley 18829/70 "Agencia de Viajes" y su Decreto Reglamentario 2182; Convenio Internacional de Bruselas. Ley 19918.

Directivas para la Apertura de una Agencia de Viajes y Entidades sin Fines de Lucro según Reglamentación Vigente del Mintur Nación.

Inscripción en Registro de Idóneos. Profesionalización del Sector. Relaciones Laborales.

Transporte aéreo internacional y de cabotaje, charters, compañías, Low cost;



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///13.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

Documentación necesaria para viajes nacionales, regionales e internacionales. Informes de la OMT para moverse por el mundo con seguridad sanitaria. Proceso total de una venta.

Servicios facilitados por las Agencias de Viajes.

5- COMUNICACIÓN TURÍSTICA

Fundamentación

La comunicación en los destinos turísticos permite a los turistas descubrir la existencia de lugares y atracciones diversas estimulando su presencia en ellos durante su estancia en los destinos elegidos. La comunicación contribuye también a enriquecer la imagen que los turistas tienen de los destinos turísticos, lo que conduce a una actitud más favorable para regresar a los destinos visitados.

El turismo como proceso de comunicación sociocultural de identidades permite el intercambio sociocultural, basada en soportes y materiales simbólicos, construida desde lenguajes-imágenes e información que se constituye formalmente en el turismo.

De este modo la comunicación turística es el proceso mediante el cual la organización creadora del producto - destino turístico da a conocer la disponibilidad de éste al potencial turista. La base de la comunicación es lograr el posicionamiento idóneo en la mente del turista, así con un mayor conocimiento de la oferta turística local y una elevada satisfacción personal, los turistas pueden trasladar a sus allegados los conocimientos y experiencias vividas, ejerciendo una gran influencia sobre estas personas en la elección de los destinos turísticos.

Contenidos mínimos:

Comunicación de los Productos Turísticos.

Conceptos básicos. Objetivos. El Proceso. Los públicos de la comunicación turística. Los soportes. La importancia del folleto en el mundo del turismo. Tipos de folletos. La estrategia integral de la comunicación turística. La importancia de la imagen.

Instrumentos fríos. La identidad corporativa. Publicidad. Publicaciones. Infomerciales. Marketing directo. Ferias turísticas. Merchandising. Work-shops. Viajes de familiarización.

Instrumentos Calientes: Patrocinio y Trueque. Relaciones Públicas. Relaciones con los medios de comunicación. Promoción de Ventas. El Plan de Comunicación.

Escenarios del turismo e información turística.

Gestión de Oficinas de Turismo. Generalidades. Servicios de información turística. Tipología. Informador técnico de una Oficina de Turismo.

Fuentes de información para elaborar un fondo de documentación turística.

Desarrollo del servicio de asistencia e información en las Oficinas Turísticas. La comunicación con el usuario del servicio de información turística. Los elementos de la comunicación. Cómo transmitir el mensaje. La comunicación no verbal.

Las barreras en la comunicación con el usuario.

Reglas de la comunicación telefónica. Uso correcto de la voz. Uso correcto de la palabra. el protocolo de atención telefónica en las Oficinas de turismo.

Desarrollo del servicio diario en una oficina de turismo. Solicitudes genéricas de información turística. Solicitudes específicas de reservas y contratación de servicios turísticos.

Reclamaciones y quejas en los servicios de información turística. Tipos de reclamaciones.

Sistemas de información turística en Hoteles, Agencias de Viajes y Aerolíneas.

Comunicación y oratoria. Etimología y definiciones de comunicación. Oratoria. Retórica. Elocuencia. Lenguaje verbal y no verbal. Correcto uso del lenguaje y herramientas personales como base de la coherencia en una exposición. Tipos de respiración. Beneficios de una respiración correcta. Herramientas básicas de la expresión oral.

6- MODALIDADES TURÍSTICAS

Fundamentación



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///14.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

Este espacio curricular pretende una aproximación a las modalidades turísticas y a los espacios turísticos a las que éstas han dado lugar, con el objetivo de facilitar la comprensión de la variedad existente tanto de modalidades “temáticas” como de espacios en el ámbito del turismo. El conocimiento de estas tipologías en cada una de las modalidades turísticas aporta las aptitudes necesarias para interpretar mejor la compleja realidad de los espacios turísticos, identificar los impactos socioeconómicos y territoriales de cada modelo o tipología turística y reconocer los modelos más interesantes para el desarrollo turístico de un territorio, según las características y condiciones de éste.

Este espacio curricular, debe facilitar contenidos previos (vocabulario esencial, conceptos básicos), ofreciendo en su caso algunos ejemplos sencillos de espacios turísticos (tipologías).

Contenidos mínimos

Tipologías y modalidades: conceptos y metodología de análisis. Segmentos de mercados y modalidades turísticas: De las tipologías consolidadas (sol y playa, turismo cultural, etc.) a las emergentes (turismo de naturaleza, etnoturismo, idiomático, congresos y convenciones, spa y centros de salud etc.).

Tipologías de los espacios turísticos en las modalidades de turismo deportivo:

Turismo de golf. Características, tipologías de complejos de golf e impactos territoriales.

Turismo náutico. Características, productos turísticos y tipologías de instalaciones náuticas y de usuarios.

Turismo de nieve. Características, tipologías de estaciones de esquí e impactos territoriales.

Tipologías de los espacios turísticos en las modalidades de turismo urbano-cultural y otras modalidades temáticas:

El Turismo urbano-cultural: la actividad turística en las ciudades históricas. Características y tipologías de recursos. El turismo en la recuperación social, económica y urbana de las ciudades históricas. Impactos y líneas de actuación.

Turismo y parques temáticos. Definición y características de los parques temáticos, tipologías e impactos territoriales.

Turismo cinematográfico y viajes de película. Modalidades, promoción de los recursos locales e impactos territoriales.

Tipologías de los espacios turísticos en las modalidades de turismo de naturaleza y rural:

El turismo de naturaleza. Características, tipologías e impactos territoriales. Los senderos en el turismo de naturaleza. Regulación, tipos y señalización.

Turismo Rural Comunitario y desarrollo local. Evolución, consolidación, productos e impactos.

Enoturismo, turismo gastronómico y desarrollo local. Evolución, consolidación, productos e impactos.

7- ECONOMÍA Y TURISMO

Fundamentación:

Este espacio curricular pretende propiciar la adquisición de los principales conocimientos del mercado, entendiendo que el turismo como actividad económica juega un papel importante. De este modo, es necesario desarrollar saberes que permitan conocer las principales características del mercado turístico. Se buscará enfocar los conceptos básicos de la economía en su relación directa con el turismo, mostrando cómo se retroalimentan.

Contenidos mínimos:

Objeto de la economía. Relación del turismo y la economía. Actividades económicas. Sectores de la economía. Problemas centrales de la economía. Economía positiva y normativa. Bienes y servicios. Proceso económico: producción, distribución, consumo. El costo de oportunidad, su aplicación al turismo. Los agentes económicos y los sectores económicos, el turismo.

Micro y macroeconomía. Teoría del valor. Valor de uso y valor de cambio. Crecimiento económico. La balanza de pagos y el tipo de cambio. El mercado cambiario. Distintos sistemas cambiarios. Incidencia de los tipos de cambio en el turismo.



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///15.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

La Frontera de Posibilidades de Producción. La teoría de la demanda y sus determinantes. La demanda turística. Los factores de la demanda turística. Segmentación de la demanda. Elasticidad, concepto. Elasticidad precio de la demanda, su relación con el ingreso total. Reglas para la fijación de precios. La teoría de la oferta y sus determinantes. La Oferta turística. La elasticidad precio de la oferta. El mercado y su funcionamiento. Cambios en la oferta y la demanda. Predicciones de precios de diversos servicios ante modificaciones de los determinantes de Oferta y Demanda.

La empresa, el empresario. Los costos económicos. La decisión de la empresa y la maximización del beneficio. Enfoques alternativos de la empresa turística. Moneda. Presupuestos. Inflación. Documentos y formularios necesarios para el funcionamiento de empresas. Facturación. Afip. Los mercados y la empresa turística. Competencia perfecta, la competencia imperfecta, el monopolio, el oligopolio y la competencia monopolística. La intervención del Estado en los mercados.

Efectos económicos del turismo. El crecimiento económico y su medición. Factores que condicionan el crecimiento. El crecimiento económico y el turismo. El turismo como vía para el desarrollo.

8 - INGLES

Fundamentación

El inglés es indispensable para el futuro egresado debido a que le brinda al alumno la posibilidad de comunicarse con ciudadanos de todo el mundo, debido a que se considera como la lengua de comunicación internacional a partir de su pertenencia como espacio de encuentro entre hablantes de lengua diferentes, facilitando la comunicación social, científica o técnica.

Contenidos mínimos:

Gramática, verbos y estructuras. Pedir y dar información personal: nombre, edad, domicilio, estado civil, profesión. Hablar de gustos y preferencias.

Referirse a hábitos y rutinas. Adverbios de frecuencia. Actividades habituales en el hogar, trabajo, tiempo libre.

Referirse a acciones que tienen lugar en el momento en que se las describe.

Expresar posesión.

Verbos modales. Sugerencias, consejos, invitaciones, pedidos, ofrecimientos.

Vocabulario relacionado con: trabajos, profesiones, vestimenta, comida, actividades en el tiempo libre, lugares.

Sustantivos contables y no contables

Referirse al pasado. Expresiones de tiempo

Referirse al futuro.

9 - CIRCUITOS TURÍSTICOS DE ARGENTINA

Fundamentación

La República Argentina es un país multifacético en cuanto a la diversidad de recursos naturales y culturales. Su amplia superficie presentada a través de una diversidad de aspectos morfológicos, ambientes climáticos, estructuras económicas y acervos culturales de diferentes y variada raíz permite el desarrollo de diferentes circuitos turísticos en los cuales los atractivos turísticos se manifiestan de manera permanente.

Partiendo del carácter espacial del turismo y concretando la escala de análisis a nivel regional que se centra en la distribución de los componentes del espacio turístico en el análisis de la morfología territorial, de los recursos paisajísticos de los circuitos turísticos, y en las posibilidades del análisis del turismo como factor del desarrollo regional, el enfoque locacional permitirá llevar a cabo el análisis y distribución de los componentes del espacio turístico. La interacción de estos enfoques favorece la conceptualización sistémica en la relación de unos elementos con respecto a otros y cómo se plasman en lugares de destinos turísticos, que tienen algún rasgo, característica o atributo particular y cuya existencia define el interés de los turistas.



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///16.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

En este espacio curricular se abordaran temas relacionados con los principales circuitos turísticos de Argentina y la región, intentando abarcar no solo los recursos paisajísticos con los que cuenta cada uno, sino también explicar los recursos históricos, arquitectónicos y culturales como son las celebraciones, costumbres y gastronomía.

Contenidos mínimos:

La República Argentina. Ubicación y posición territorial. Puntos extremos. División política. Reseña histórico-cultural del país

Regiones de la República Argentina: criterios. Regionalización del Ministerio de Turismo de la Nación.

Circuitos Turísticos de cada Región: Norte Argentino, Litoral, Cuyo, Córdoba, Buenos Aires y Patagonia. Circuitos Turísticos tradicionales, novedosos, especializados e integrados. Las rutas turísticas.

Turismo y medio ambiente en Argentina: turismo y entorno natural. Impactos medioambientales. Turismo sustentable. El turismo como parte del desarrollo sustentable.

Las Áreas Protegidas. Concepto y tipificación de las áreas a nivel nacional y provincial. Parques Nacionales; Monumentos; Sitios de importancia; etc. Planes de gestión de las áreas protegidas. La gestión de las áreas protegidas como recursos turísticos. Turismo en áreas protegidas.

10 - PRODUCTOS TURÍSTICOS

Fundamentación:

El espacio curricular aborda la transformación de los recursos naturales y culturales de un territorio en productos turísticos.

Los turistas buscan experiencias distintas al tradicional turismo de sol y playa, prefieren un turismo más individualizado y flexible, buscan nuevas formas de alojamiento y muestran un interés creciente por el contacto con la naturaleza. Los productos turísticos han de adaptarse a las exigencias de esta demanda, lo que implica más flexibilidad y alojamientos y pueblos adaptados a las necesidades emergentes.

Las operaciones de un destino turístico se basan en los productos turísticos. En efecto, cuando éstos no corresponden a las necesidades y expectativas de los turistas, no se puede aprovechar plenamente el potencial de dicho destino. A pesar de ello, sólo unos pocos destinos centran su atención en el desarrollo y en la oferta de diversas atracciones y actividades que aporten un valor añadido al producto turístico.

Profundizando en otros aspectos que también influyen en este proceso, como lo son los agentes involucrados o las políticas aplicadas en relación a los productos turísticos.

Contenidos mínimos:

Concepto de producto turístico. El producto turístico innovador. Factores a considerar en la elaboración del producto turístico.

La definición de productos turísticos en los destinos turísticos. Tipología de Productos - PFETS: Principales Productos Turísticos en Argentina. Mapa de Oportunidades de las regiones del país. Regionalización. Componentes del Espacio: Región Norte, Buenos Aires, Patagonia, Centro, Litoral, Cuyo.

Elementos que conforman el producto - destino. Etapas y modelos de desarrollo del turismo.

La planificación y el desarrollo de productos turísticos. Proceso de estructuración de Productos Turísticos para el destino.

Marca e Imagen de los productos.

Políticas de comunicación de los Productos Turísticos.

11 - DISEÑO DE CIRCUITOS TURÍSTICOS

Fundamentación

El circuito turístico es la base para la producción de visitas guiadas, rutas y paquetes turísticos. Desde el programa simple como puede ser una visita guiada a un museo hasta los complejos



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///17.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

paquetes temáticos o especializados brinda el armazón físico sobre el cual se van a ir incorporando servicios y actividades. En nuestra provincia contamos con cuatro regiones geográficas muy diferentes que se pueden visitar en un lapso de tiempo corto, también Jujuy se encuentra en un lugar privilegiado respecto a otras provincias del país, en el límite con Chile y Bolivia.

El innumerable patrimonio natural y cultural que posee la provincia permite diseñar circuitos turísticos de toda temática, sólo es necesaria la capacidad de innovación de los futuros técnicos y contar con recurso económicos que favorezcan un sinfín de ofertas de entretenimiento para que el visitante incremente su pernoctación en la provincia.

Contenidos mínimos:

El Programa Turístico. Tipo de programas turísticos. Paquetes turísticos, visitas guiadas, rutas turísticas; desarrollo de una ruta turística. El itinerario personal. Concepto de Paquetes turísticos, clasificación, organización de las prestaciones. Excursiones Tours. El proceso de producción de Paquetes Turísticos. Diseño del circuito: Concepto y componentes del circuito turístico, el espacio o territorio, La temática, los atractivos, Creatividad para la innovación, el tiempo. Análisis de destinos turísticos, Tipos de circuitos Turísticos. Diagramación de circuitos turísticos. La investigación, relevamientos turísticos. Análisis de la información. Enunciación del circuito. Análisis de la accesibilidad. Selección del centro base.

Armado de paquetes turísticos. Confección de un itinerario. Selección de prestadores de servicio. Técnicas de negociación. Cotización de Programas. Precio. La Operación: La función operativa, Prestación a través de terceros, prestación directa de servicios. Operación Emisora, Operación receptora. Etapas de la función operativa de un paquete turístico. Organización de la prestación. Prestación del Servicio. Evaluación post viaje.

12 - SERVICIOS TURÍSTICOS II

Fundamentación

El desarrollo de este espacio curricular se basa en la profundización de la Agencia de Viajes partiendo de los conceptos ya adquiridos en primer año. En esta instancia se pone; en énfasis el “saber hacer” de la materia sustentado en la Tecnología y en los principales sistemas de reservas.

Por otro lado, se busca trabajar también en Hotelería con el propósito de formar y capacitar en la operación, planificación y administración de empresas de alojamientos turísticos esperando que el profesional egresado cuente con las herramientas y destrezas adecuadas para insertarse en el mercado laboral de la actividad.

Acercar a las aulas conocimientos actuales en concordancia con la realidad de los alojamientos turísticos y de las agencias de viajes, busca facilitar la adquisición de herramientas para una rápida inserción laboral de los egresados, logrando que el futuro técnico adquiera no solo los conocimientos teóricos, sino también habilidades en la operación de cada una de las áreas de las principales empresas turísticas.

Contenidos mínimos:

Operación de una agencia de viajes: Organigrama. Funciones. Sistema Tarifario. Manuales de procedimientos. Controles de calidad de servicio.

Introducción a la Hotelería: Presentación de la Actividad. Historia de la Hotelería. Actualidad Hotelera Mundial, Nacional y Local. Nuevas tendencias en hotelería.

Operación de un hotel. Organigrama de un Hotel. Funciones generales de cada departamento de un hotel. Sistema Tarifario. Manuales de procedimientos. Controles de calidad de servicio.

Franquicias y Legislación: Cadenas Hoteleras. Franquicias y Hoteles Particulares. Legislación Hotelera Nacional, Provincial y Local.

13 - TURISMO Y PAISAJE CULTURAL

Fundamentación

El objetivo que persigue el espacio curricular se centra en el enfoque de una visión regional y local de los recursos turísticos desde la geografía, la historia, y la antropología, para entender



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///18.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

las distintas regiones que lo componen, los grupos humanos que lo habitaron previo al momento de la llegada de los españoles, sus modos de vida, costumbres y cultura en general. Generar las herramientas que posibiliten la interpretación de las diferentes culturas de la región, y particularmente de la provincia de Jujuy, con los procesos históricos y sociales que la conformaron en tradiciones que la identifican con características propias, de manera de cimentar la práctica profesional desde el reconocimiento y revalorización de los sitios turísticos forman parte de los pilares de este espacio.

Otro de los temas es el relacionado al concepto patrimonial, analizando la realidad regional y los mecanismos de gestión, valorización y revalorización en algunos casos y la preservación del patrimonio cultural.

Por otro lado, con la declaración de la Quebrada de Humahuaca como Patrimonio de la Humanidad, se produjo un arribo masivo de turistas que consumen específicamente productos turísticos culturales, tanto tangibles como intangibles. Pero, esta declaratoria no solo pone en valor los recursos culturales de la región, sino que, al ser considerado Paisaje Cultural, brinda especial interés a la relación existente entre los espacios naturales y la cultura. Es por esto que la cátedra se propone orientar al alumno en aspectos culturales y naturales de la provincia de Jujuy y la región del Norte Argentino, reconociendo también la influencia que las declaraciones otorgan al crecimiento del turismo.

Contenidos mínimos:

Análisis antropológico de la Cultura: Conceptos de cultura, definiciones. La transmisión cultural y la apropiación cultural. Cultura popular e identidad en nuestra provincia.

La Región del Norte Argentino. Culturas originarias: Periodos arqueológicos en el NOA.

Jujuy precolombina: una historia de 10.000 años: Ocupaciones tempranas, emplazamiento, descripción del entorno geográfico, el patrimonio arqueológico. Arcaico tardío. Primeros cultivos. Primeras aldeas; sitios en Quebrada, Puna, Valles, Yungas. Periodo Medio: la influencia Tihuanacota. Tardío o Desarrollos Regionales, aparición de los pucarás. Sitios del periodo incaico, caracterización, cerámica, influencias dejadas por el imperio. Periodo Hispano - Indígena.

La provincia de Jujuy: Las cuatro regiones de la provincia. Caracterización geográfica: Puna; Valles Centrales; Valles Orientales Subtropicales. Recursos naturales y culturales de la provincia.

“Quebrada de Humahuaca – Patrimonio de la Humanidad”: La UNESCO: orígenes, Objetivos y funciones. Asistencia Internacional. Los sitios declarados Patrimonio de la Humanidad. Antecedentes e Historia de la postulación de la Quebrada de Humahuaca. Estudios realizados. Denominación. El paisaje Cultural: significados y alcance. La participación comunitaria.

Otros sitios de importancia internacional: “Reserva de la Biósfera de las Yungas”; “Monumento Natural Laguna de Pozuelos”

Patrimonio Cultural: Características y análisis. Patrimonio Tangible e Intangible. Cosmogonía Andina: La Chacana y la Wipala. La Lengua. Creencias y Culto; (Pachamama y culto a los muertos – el sincretismo y los ritos). Costumbres Ancestrales, Mitos; y leyendas locales. La música y el Folklore. La Gastronomía local. El calendario ritual y cultural de Jujuy. Los museos. Los centros Culturales y la Comunidad.

14 - EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS

Fundamentación

El turismo es una actividad que se encuentra en permanente evolución, desarrollo y crecimiento. La diversidad de actores y sectores involucrados en la actividad turística cobra tal magnitud que es posible caracterizarla como multisectorial y multidisciplinar. Es decir, engloba una gran variedad de sectores económicos (hoteleros, restaurantes, servicios de transportes, agencias de viajes, entre otros) y se encuentran involucradas distintas disciplinas académicas que producen para la actividad turística. Al ser multisectorial y multidisciplinar, la actividad turística se nutre de la participación activa del sector público y privado, como así también del aporte de las distintas disciplinas, a fin de proporcionar los bienes y servicios que demandan los turistas y contribuir al mejoramiento y desarrollo del sector, generándose una movilidad económica de gran escala y una distribución del ingreso nacional más equilibrada.



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///19.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

Teniendo en cuenta estos principios de la actividad turística, los futuros técnicos en turismo deben conocer que los emprendimientos turísticos expresan la intención de hacer algo y son planes de acción que suponen sacrificios inmediatos, es decir proyectos e inversiones con el objetivo de generar un resultado positivo a futuro. Para el sector turístico resulta clave analizar la potencialidad de los emprendimientos de modo de conocer la viabilidad o no del proyecto. Es por esto que los emprendimientos turísticos requieren un análisis integral, referido a la viabilidad del proyecto en sí, a la inversión requerida y por supuesto al rédito esperado por parte del inversor.

Contenidos mínimos:

¿Qué es el emprendedor turístico? Perfil del emprendedor turístico. ¿Por qué emprender? Ejemplos de emprendedores turísticos.

Las oportunidades. Detección de las oportunidades en emprendimientos turísticos. ¿Cómo nacen las oportunidades? Búsqueda y evaluación de oportunidades de emprendimientos turísticos

El plan de negocios: diferentes tipos de planes de negocios. Estructura de un plan de negocios. Descripción del Producto/Servicio. Descripción del Mercado. La competencia. Plan operativo. La estructura organizativa. Análisis económico financiero. Trámites para crear una empresa: Autónomo, Sociedad Anónima, SRL, Cooperativas, pasos para obtener las distintas habilitaciones, etc.

Las fuentes de financiamiento del emprendimiento: la importancia del capital. Las tres etapas del capital. La estructura del capital. Empezar sin capital. El capital de trabajo. ¿Cómo conseguir capital? Guía de fuentes de financiamiento para emprendimientos turísticos.

15 - INGLES TÉCNICO I

Fundamentación

Este espacio curricular será abordado desde un enfoque comunicacional poniéndose énfasis en el manejo del idioma en situaciones cotidianas del ámbito laboral del futuro egresado. En la industria turística el manejo de las cuatro macro habilidades del inglés son un requerimiento diario como así también esenciales para el desarrollo profesional.

Contenidos mínimos:

Presente simple. Trabajos en hotelería. Rutinas diarias. Países y Nacionalidades. Intercambio de datos personales. Completar un registro de hotel. Alquilar un auto. Tomar reservas. Atender consultas telefónicas. Diseñar paquetes turísticos.

Presente continuo. Comidas y bebidas. Tipos de comida. Sustantivos contables e incontables. Describir comidas. Atender quejas. Describir platos tradicionales.

Pasado simple. City tours. Palabras interrogativas. Dar indicaciones sobre cómo llegar a distintos sitios turísticos. Dar un tour guiado. Describir edificios y lugares de interés turístico.

Comparativos y superlativos. Instalaciones y servicios de un hotel. Describir un hotel.

16 - PRACTICA PROFESIONALIZANTE I

Fundamentación

Este espacio curricular permite: una integración del conocimiento teórico y práctico, propiciando las prácticas situaciones laborales cotidianas poniendo a prueba su capacidad para resolver problemas y la adquisición de experiencias pre- ocupacionales. Las prácticas acompañan el proceso de aprendizaje áulico; se desarrollan de manera progresiva e integrada a los contenidos pautados en el diseño.

La práctica es una parte fundamental de la formación del futuro profesional de la actividad turística. Las prácticas se desarrollarán en Empresas de Viajes y Turismo receptoras y/o emisoras u otros operadores especializados en rubros específicos, tales como el trekking, ciclismo o estudiantil.

Conocer a fondo y tener experiencias de trabajo en las diferentes áreas de funcionamiento de empresas de este tipo, permitirá a los egresados de la carrera, constituir una mirada más



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///20.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

próxima y dinámica sobre la planificación, organización y gestión de tales. Lo cual a su vez también les facilitará la inserción laboral.

Este espacio curricular aportará al perfil profesional del Técnico en Turismo aquellos conocimientos teórico-conceptuales, procedimentales y actitudinales para la dirección técnica integral de agencias de viajes, su gestión operativa, comercial y administrativa y la coordinación de grupos de viajeros.

Para promocionar este espacio curricular el alumno deberá acreditar 120 horas cátedras de práctica en una agencia de viajes.

17 - LEGISLACIÓN TURÍSTICA

Fundamentación

Este Espacio curricular está orientado a abordar la problemática turística desde las perspectivas del derecho, dando a los alumnos los conocimientos conceptuales básicos para su aplicación en la actividad profesional.

El conocimiento y manejo de la legislación del ámbito turístico busca contribuir a la formación profesional del técnico, entendiendo que éste no puede arbitrar medios sin considerar los marcos y sus consecuencias legales.

La legislación turística es la ciencia multidisciplinaria que estudia las actividades, prevenciones y consecuencia de las conductas turísticas, así como los derechos y obligaciones de autoridades, instituciones y prestadores de servicios turísticos, afín de lograr un equilibrio y justicia social. El presente espacio curricular aborda el estudio de los orígenes y bases de esta rama del derecho, fundamental para comprender la problemática que afecta al sector turístico. En esta investigación se presenta una serie de conceptos básicos e ideas generales sobre las actividades centrales que regula la legislación turística, para así entender sus conceptos jurídicos más técnicos y funcionales

Contenidos mínimos:

Conceptos jurídicos básicos: Sujeto de derecho, Relaciones jurídicas, Obligaciones, Contratos y Derechos Reales. El turista como sujeto de derecho.

El Derecho Comercial. Contratos aplicados a la actividad turística y hotelera: transporte, de viaje, de alojamiento, de franquicia, de seguros, Contrato de alquiler y leasing de automotor, de tiempo compartido

Normativa aplicable a la actividad turística en la República Argentina. Ley Nacional de Turismo 25.997. Antecedentes normativos: la Ley 14.574 y Decreto 9468/61. Fuentes. Objeto y principios rectores. Herramientas creadas por la Ley. El Decreto Reglamentario 1297/06.

Ley de turismo estudiantil y su reglamentación vigente

Normativa aplicable a la preservación del patrimonio. La preservación del Patrimonio cultural. La preservación del Patrimonio natural.

Ley 24.240 de defensa del consumidor. Obligaciones del prestatario del servicio. Responsabilidad por la oferta. Modalidad de prestación de servicios. Términos abusivos y cláusulas ineficaces. Su aplicación a la actividad turística.

Normativa de migraciones y su reglamentación vigente. Normativa del MERCOSUR en materia migratoria. Normativa aduanera. El régimen de equipaje

Normativa provincial. Ley marco para la actividad turística N ° 5198 y reglamentación n° 5319 Leyes de turismo de las provincias y

Normativa provincial en materia de prestación de turismo de aventura y turismo rural. Normativa tributaria aplicable a la actividad turística. Regulación de la actividad de las profesiones en turismo. La protección legal de las personas con capacidades disminuidas en el ámbito del turismo.

18 - MARKETING TURÍSTICO

Fundamentación



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///21.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

El objetivo de este espacio curricular es que el futuro profesional tenga la oportunidad de apreciar el amplio panorama que implica el Marketing Turístico Global tanto desde las teorías más reconocidas que fundamentan su existencia, hasta los aspectos prácticos que limitan o traban un mayor desarrollo de este campo en nuestro país.

Se abordarán contenidos de la Investigación de Mercados y de Servucción en organizaciones relacionadas con el turismo. Con este propósito, se profundizará en el tratamiento de los fundamentos del marketing, la implantación de sus estrategias, las políticas de producto, distribución, comunicación y precios que una organización puede adoptar en el mercado turístico.

Contenidos mínimos:

Fundamentos de Marketing Turístico.

Variables y herramientas del marketing. Marketing Mix.

Marketing estratégico y el marketing operativo.

Fundamentos del Marketing de servicios.

Fundamentos de la planeación de marketing. El plan de marketing tradicional.

Estrategia de producto. Administración del producto a lo largo de su ciclo de vida. Estrategias específicas para cada fase.

Imagen y posicionamiento de productos.

Las experiencias y la gestión de las marcas en el mercado turístico.

La investigación de mercados: instrumento clave para la planificación.

Conceptos generales del comportamiento de consumidor. Influencia de los factores internos en el consumidor. Influencia de los factores externos en el consumidor.

Segmentación del mercado.

Posicionamiento.

El precio. El papel del precio en la estrategia de marketing.

La Comercialización. Concepto. Funciones. El proceso de compra. Necesidades y deseos. Comportamiento de consumo. Planificación comercial. Las ventas. Las promociones de ventas.

Política de Distribución. Canales de distribución. Nuevos canales de distribución.

Comunicación integral de Marketing. Los Instrumentos de las comunicaciones de Marketing.

Comercio electrónico y turismo. Las Comunicaciones Multimedia, las Redes Sociales, la personalización digital y su impacto en el turismo.

19 - POLÍTICAS TURÍSTICAS

Fundamentación

El fenómeno turístico puede analizarse bajo ciertas vertientes, ya que es un fenómeno social, donde se involucran actividades económicas y presenta un impacto territorial. Bajo estas características, es necesario considerar que las políticas sociales, económicas y territoriales son las directrices centrales de la política turística.

Las políticas públicas se crean bajo la dirección de resolver los problemas que atañen más a la sociedad, para ello dentro de estas políticas surgen estrategias y acciones que permitan dar soluciones a las situaciones más preocupantes para los grupos sociales más afectados.

En este espacio curricular se busca revisar algunos conceptos generales que permitan contextualizar el desarrollo de políticas públicas bajo los diferentes ámbitos económicos, políticos y territoriales; así como conceptualizar y formular las políticas turísticas, para posteriormente identificar cómo participan estas en el ámbito de la planificación y la ordenación del territorio.

Contenidos mínimos:

Las Políticas Públicas: principales enfoques. El análisis de las políticas públicas. El ciclo de las políticas públicas.



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///22.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

Política Turística Concepto. Síntesis de la evolución histórica de la política turística Argentina. Primeros antecedentes. La política turística en las últimas décadas y en la actualidad. Plan Federal estratégico de turismo Sustentable de Argentina. Plan de desarrollo turístico de la provincia de Jujuy.

La gestión de las políticas públicas: principales paradigmas en gestión pública. Problemas turísticos contemporáneos: la implementación y articulación.

Organización pública del turismo en el nivel internacional y regional. La Organización Mundial del Turismo. Organización política del turismo en América. Organización pública del turismo en el ámbito del MERCOSUR. Organización pública del turismo en el nivel nacional. Organismos provinciales de turismo. Organismos municipales de turismo.

Organismos públicos vinculados al turismo. Organizaciones privadas vinculadas al turismo en La cooperación público-privada. Fundamento de la necesidad de cooperación. Principales áreas de cooperación.

20 - ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

Fundamentación

Este espacio curricular tiene por objetivo propiciar la adquisición de conocimientos y habilidades para la organización y diligenciamiento de actividades que permitan actuar en la gestión de empresas turísticas actuales y potenciales que han convertido al sector en una de las principales actividades de la provincia.

En este contexto, la organización empresarial turística opera como unidad multiplicadora mínima del sector. Los recursos humanos, la administración, la comercialización y los sistemas informáticos son temas centrales que van a otorgar los conocimientos fundamentales a fin de proveer herramientas que permitan la implantación y mejoramiento de diferentes emprendimientos turísticos.

Contenidos mínimos:

Las organizaciones. Complejidad de las organizaciones. Eras de las organizaciones. Organizaciones como sistemas: los participantes, objetivos. Niveles organizacionales. Empresario, empresa y negocio. Management. Órgano y función. Relaciones. Los principios de la organización, clases y objetivos. La empresa turística.

Administración: Funciones: planificación, organización, dirección y control. La administración estratégica: diferentes enfoques y definiciones. El proceso de administración estratégica: misión, visión y valores. Objetivos. Análisis de las fuerzas y competidores. Formación de ventaja competitiva: estrategias. Análisis FODA. Diferentes niveles de estrategias

Gestión de Recursos Humanos. Necesidades del ser humano. Teorías de Maslow. La motivación. Concepto, su evolución. La desmotivación. Principios de motivación, técnicas y efectos. Gestión del talento humano: concepto, objetivo, proceso de gestión. Dirección y liderazgo. La gestión de personal y gestión de recursos humanos. Importancia de la gestión de RR HH en el sector turístico

21 - FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS TURÍSTICOS

Fundamentación

La elaboración de proyectos turísticos es un espacio que puede brindar elementos que, aplicados, a la toma de decisiones en presencia de variadas alternativas, genere en el futuro técnico oportunidad de auto-empleo. En este contexto, se prioriza los aspectos relativos a la generación de ideas innovadoras de negocios y el gerenciamiento del proyecto, sin descuidar los aspectos de diseño técnico de los productos o servicios y aspectos organizativos, legislativos, económicos, financieros y evolutivos de un proyecto de inversión en turismo

Contenidos mínimos:

El proyecto como técnica para la toma de decisiones. Etapas y niveles de proyecto. Presentación de los proyectos turísticos. Los equipos de trabajo. Creatividad y técnicas para el desarrollo de ideas de negocio. Factores primarios en el diseño del producto / servicio. Factores clave de los negocios. Proceso de formulación de proyectos turísticos. Factores que determinan el tamaño del proyecto. Optimización del proyecto. Recursos Decisiones de localización.



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///23.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

Utilidad y rentabilidad. Organización del emprendimiento en sus aspectos legales, técnicos, administrativos y de comercialización. Viabilidad de los proyectos.

Evaluación: tipos de evaluación, indicadores, interpretación de resultados. Análisis de sensibilidad. Determinación del precio del producto turístico. Análisis del impacto del turismo en los diversos contextos.

Crecimiento económico y desarrollo local sustentable y comunidad. Formulación de proyectos sociales y culturales: Precisiones conceptuales y operativas en torno a la elaboración y diseño de proyectos. Determinación de plazos, recursos necesarios, costos e indicadores de evaluación del proyecto. Presupuesto. Marco lógico. Factores externos condicionantes para el logro de los efectos e impactos del proyecto turísticos.

22 - INGLES TECNICO II

Fundamentación

En este espacio se abordarán contenidos propios del turismo y su vinculación con los diferentes contextos en el que el mismo se desarrolla y los actores sociales con los que se interrelacionan. Además, se afianzará el discurso oral en los circuitos turísticos provinciales, nacionales e internacionales.

Contenidos mínimos:

Presente perfecto. Escribir un CV. Escribir una carta de presentación. Postularse para un trabajo. Entrevista de trabajo.

Verbos modales. Salud y seguridad. Check in en hoteles. Dar consejos sobre salud y seguridad. Viajes aéreos. Instalaciones y servicios de un hotel. Recomendación de lugares de interés turístico. Diseñar un city tour. Diseñar un folleto de información turística

Tiempos futuros. WILL/GOING TO. Predicciones e intenciones. Características geográficas. Excursiones. Venta de tours. Intercambiar información sobre excursiones.

Condicionales. Tipos de moneda y de cambio. El pronóstico del clima. Descripción del clima.

23 - PRACTICA PROFESIONALIZANTE II

Fundamentación

El propósito de esta asignatura es ofrecer al estudiante del último año de la carrera de Técnico Superior en Turismo un espacio para la reflexión sobre las alternativas de la Práctica Profesionalizante, en un marco donde se rescaten los valores y la ética, como aspectos fundamentales en la formación.

En este sentido, la educación profesional específica asume el desafío de articular las lógicas del sistema productivo y el sistema educativo, a fin de superar la vieja separación entre los modelos de educación y trabajo.

Las crecientes complejidades de los escenarios turísticos enfrentan al trabajador técnico-profesional con situaciones cotidianas que requieren la puesta en acción de competencias configuradas como capacidades complejas.

Estos conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes, sumadas al contacto directo con las tecnologías de la información actualmente disponibles, deben ser construidos mediante abordajes pluridisciplinarios tendientes a estrechar la diferencia entre el *saber hacer* exigido en el campo profesional y el *saber* y el *hacer*, a menudo fragmentados en las prácticas pedagógico-didácticas vigentes en la actualidad.

Con las capacidades arriba mencionadas el egresado podrá acceder al medio productivo de una manera más eficiente.

El Espacio de la Práctica Profesionalizante II, en tanto eje vertebrador del proceso formativo, promoverá la puesta en evidencia de los logros alcanzados en sus diversas disciplinas, de acuerdo a las competencias profesionales del Técnico en Turismo.

Este espacio curricular aportará al perfil profesional del Técnico en Turismo aquellos conocimientos teórico-conceptuales, procedimentales y actitudinales para la dirección técnica integral de alojamientos turísticos, su gestión operativa, comercial y administrativa, la



**GOBIERNO DE JUJUY
MINISTERIO DE EDUCACION**

///24.CORRESPONDE A RESOLUCIÓN N°

-E/16

prestación del servicio de información turística, y prácticas en organismos gubernamentales, intergubernamentales y no gubernamentales de turismo o vinculados con el turismo (municipal, provincial, nacional, regional).

En esta instancia, los estudiantes tendrán la oportunidad de conocer la demanda turística en espacios concretos de consumo de servicios turísticos, desarrollando una percepción más clara de una parte importante del mercado turístico; asimismo podrán relacionarse directamente con otros entes públicos y privados del sector, formando o ampliando su red de relaciones y/o contactos, componente importante de su futuro profesional. También tendrán la oportunidad de identificar su propio perfil y alternativa laboral.

Los estudiantes, para aprobar las prácticas profesionalizantes II deben realizar prácticas en diferentes sectores de la actividad turística: empresas turísticas y del sector público.

Antes de obtener la aprobación del espacio, el estudiante deberá haber cumplido un mínimo de 120 horas de trabajo en las distintas empresas turísticas y gubernamentales.

DISEÑO CURRICULAR JURISDICCIONAL TECNICATURA SUPERIOR EN TURISMO – RES.2643-E/16

Año	Orden	ESPACIO CURRICULAR	PERFIL DOCENTE
1º AÑO	1	Introducción al Turismo	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo.
	2	Servicios Turísticos I	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo.
	3	Circuitos Turísticos Mundiales	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo. Guía Superior en Turismo
	4	Agencia de Viajes	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo.
	5	Comunicación Turística	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo. Licenciado en Comunicación. Técnico en Comunicación. Licenciado en Marketing.
	6	Modalidades Turísticas	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo.
	7	Economía y Turismo	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo. Licenciado en Administración de Empresas. Técnico Superior en Administración de Empresas
	8	Inglés	Licenciado en Inglés. Profesor de Inglés.
2º AÑO	9	Circuitos Turísticos de Argentina	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo. Guía Superior en Turismo
	10	Productos Turísticos	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo.
	11	Diseño de Circuitos Turísticos	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo.
	12	Servicios Turísticos II	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo.
	13	Turismo y Paisaje Cultural	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo. Licenciado en Antropología. Técnico en Antropología. Profesor de Antropología.
	14	Emprendimientos Turísticos	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo.
	15	Inglés Técnico I	Licenciado en Inglés. Profesor de Inglés.
	16	Práctica Profesionalizante I	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo.
3º AÑO	17	Legislación Turística	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo. Abogado.
	18	Marketing Turístico	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo. Licenciado en Comercialización. Técnico Superior en Comercialización. Licenciado en Marketing. Técnico Superior en Marketing.
	19	Políticas Turísticas	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo. Licenciado en Ciencias Políticas.
	20	Administración de Empresas Turísticas	Licenciado en Turismo. Licenciado en Administración de Empresas. Técnico Superior en Turismo.
	21	Formulación y Evaluación de Proyectos Turísticos	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo.
	22	Inglés Técnico II	Licenciado en Inglés. Profesor de Inglés.
	23	Práctica Profesionalizante II	Licenciado en Turismo. Técnico Superior en Turismo.