

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos	
<b>ASIGNATURA:</b> ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	
<b>CÓDIGO SIU GUARANÍ:</b> 205	
<b>CARRERA:</b> Guía Universitario de Turismo	
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b> Ord. Nº 1062/06 – Modif. Ord. 0812/12	
<b>REGIMEN:</b> Cuatrimestral	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2020

**Encargado de Cátedra**

**Nombre y Apellido:** Mg. Gabriela Marenzana

**Cargo y dedicación:** Profesora Adjunta Exclusiva



**2020**



DEPARTAMENTO: Servicios Turísticos	
ÁREA: Servicios Turísticos	
ASIGNATURA: ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	
CÓDIGO SIU GUARANÍ: 205	
CARRERA: Guía Universitario de Turismo	
PLAN DE ESTUDIOS: Ord. Nº 1062/06 – Modif. Ord. 0812/12	
REGIMEN: Cuatrimestral	CICLO LECTIVO: 2020

## 1- PROGRAMA DE CÁTEDRA

### a. FUNDAMENTACIÓN

#### ¿Por qué esta materia?

En el Plan de Estudios de tu carrera, se plantea como perfil del Guía Universitario de Turismo, el de actuar como mediador entre los visitantes, la comunidad residente y el patrimonio existente de un determinado lugar.

En este marco te desempeñarás como profesional, y más allá de tener en cuenta tu papel en la promoción del patrimonio del lugar, se hacen necesarios otros saberes que te permitan relacionarte con organizaciones que llevan a cabo actividades turísticas específicas, tales como **agencias de viajes, empresas de diferentes medios de transportes, establecimientos hoteleros**, entre otros, que constituyen la oferta de servicios en el destino.

Es por esto, que el eje fundamental de esta asignatura girará en torno a que logres analizar y vislumbrar la importancia de las organizaciones turísticas desde un enfoque sistémico del turismo. Para ello es fundamental, que comprendas el funcionamiento de las mismas.

En este sentido se impone la necesidad de un manejo extremadamente profesional. En primer lugar, siendo responsable en la organización que trabajes, satisfaciendo no solo las necesidades de la organización en sí, sino también cumpliendo un **rol social** (generando fuentes de trabajo, cumpliendo con las leyes y reglamentaciones vigentes, contribuyendo al desarrollo turístico y económico del área, respetando la identidad local) y **ambiental** (contribuyendo con la conservación del medio ambiente, haciendo uso racional del patrimonio natural y cultural, más allá de la actividad turística, lo que conlleva, como veras, un componente **ético** muy importante).

DEPARTAMENTO: Servicios Turísticos	
ÁREA: Servicios Turísticos	
ASIGNATURA: ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	
CÓDIGO SIU GUARANÍ: 205	
CARRERA: Guía Universitario de Turismo	
PLAN DE ESTUDIOS: Ord. Nº 1062/06 – Modif. Ord. 0812/12	
REGIMEN: Cuatrimestral	CICLO LECTIVO: 2020

Por otro lado, las **empresas** no se desarrollan independientemente, sino que están insertas en un **contexto** sumamente dinámico y cambiante, con el que se relacionan permanentemente, y que requiere de un monitoreo constante.

¿Qué convierte a este contexto en un medio inestable y desafiante? Por un lado el **cambio**, la inestabilidad. Este concepto no es nuevo ni prioritario de esta época, siempre estuvo presente en la humanidad. Lo que sí resulta distintivo en la actualidad es el ritmo elevado al que se produce y la presión que ejerce en todos los ámbitos de la vida, a tal punto que un retraso en la respuesta o su omisión puede resultar muy costoso y hasta desastroso para una organización. Por otro lado, la protagonista principal de este escenario es la llamada **revolución tecnológica**. Esta revolución ha provocado cambios estructurales en la economía, los mercados, la forma de hacer negocios, de comunicarse, la manera de **segmentar a los consumidores**, sus valores, necesidades y comportamientos de compras, entre otros.

Además, las empresas se desarrollan en un contexto globalizado e hipercompetitivo. El avance en las comunicaciones y la globalización abolieron las fronteras tanto físicas como políticas y gracias a ello, en la actualidad no importa dónde se localice una empresa, pudiendo ofrecer sus productos en todo el mundo. Como consecuencia, las pequeñas organizaciones pueden competir con las grandes, cosa impensada hace un par de décadas atrás. Y esto es muy fácil de realizar en el campo de los **servicios turísticos**, donde no es necesario contar para ello con un aceitado mecanismo de distribución local, como ocurre con los bienes tangibles. Basta un e-mail que confirme una reserva para cerrar una operación. No podemos dejar de realizar una mención aparte de los cambios ocurridos en los destinatarios de los productos turísticos: **la demanda**. Los aspectos más salientes tienen que ver con mayor exigencia, fruto de su experiencia en viajes y de la mayor información de que disponen. Cada vez son menos pacientes. La desmasificación es otro factor clave que requiere redefinir las bases de **segmentación** y la **diferenciación de la oferta**, teniendo los gerentes que agudizar su ingenio para ofrecer más y mejores servicios a igual o más bajo precio.



<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos	
<b>ASIGNATURA:</b> ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	
<b>CÓDIGO SIU GUARANÍ:</b> 205	
<b>CARRERA:</b> Guía Universitario de Turismo	
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b> Ord. Nº 1062/06 – Modif. Ord. 0812/12	
<b>REGIMEN:</b> Cuatrimestral	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2020

La situación descrita intenta mostrarte la **complejidad** en la cual deberás desempeñarte como futuro profesional y por lo tanto, la necesidad de que adquieras ciertas capacidades, conocimientos y herramientas que te permitan comprender la organización en su conjunto para poder tomar decisiones.

Además, es importante que comprendas las complejas interrelaciones que ocurren en el mundo actual y por tanto la necesidad de desarrollar una **visión sistémica**. Esto implica aprender a “leer” la realidad, comprender que nada ocurre aisladamente, detectar las múltiples causas de un hecho y cómo repercuten los diferentes acontecimientos en la vida de las personas y de las empresas, (y viceversa), a la vez de considerar el impacto – tanto a corto y largo plazo, de las decisiones que se tomen.

En este sentido, Organizaciones Turísticas, intenta brindarte, en esta etapa de tu formación –2° año de la carrera Guía Universitario de Turismo–, conocimientos aportados por la disciplina administración de empresas, aquí pondremos énfasis en la forma en que esos conocimientos contribuyen a la comprensión de la realidad y complejidad que se presenta en las **organizaciones turísticas, sean públicas o privadas**, centrando la atención en el proceso de creación del servicio, la **Servucción**, siempre teniendo como objetivo brindar productos – servicios que sean de **Calidad**.

También vamos a trabajar con las herramientas básicas que ofrece el **marketing** para ampliar y mejorar la labor desarrollada por el guía universitario de turismo, y analizar las posibilidades que ofrece los distintos medios de **comunicación y promoción**, para diseñar y proponer **estrategias comunicacionales** de los **productos y circuitos turísticos**.

Para lograr lo anterior, es imprescindible retomar los conocimientos, –no solo los conceptuales, sino también los procedimentales– que has adquirido en otras asignaturas, Recursos Naturales Turísticos, Patrimonio Cultural Turístico I, pero principalmente Turismo como Práctica Social, los cuales serán re significados (implica reflexionar sobre un conocimiento anterior para producir uno diferente,

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos	
<b>ASIGNATURA:</b> ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	
<b>CÓDIGO SIU GUARANÍ:</b> 205	
<b>CARRERA:</b> Guía Universitario de Turismo	
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b> Ord. Nº 1062/06 – Modif. Ord. 0812/12	
<b>REGIMEN:</b> Cuatrimestral	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2020

dotarlo de nuevo significado, enriquecido por otras visiones, experiencias, etc.) y aplicados a la realidad de las organizaciones turísticas.

## b. OBJETIVOS

### ¿Para qué?

Que los alumnos aprehendan los saberes, conocimientos y herramientas que les permitan:

- Actuar con ética y responsabilidad profesional en tu función de asesorar, informar, comunicar e interpretar, en el marco y como parte integrante de las organizaciones turísticas.
- Intermediar desde la práctica profesional entre los turistas y las organizaciones.
- Conocer y promover aquellas reglamentaciones vigentes para cumplir y hacer cumplir normativas necesarias en toda actividad social, minimizando aquellos impactos negativos que pudiera ocasionar sobre la comunidad residente de una localidad turística y en los visitantes.
- Analizar y comprender la importancia de las organizaciones turísticas desde un enfoque sistémico del turismo.

## 2- CONTENIDOS ( PROGRAMA ANALÍTICO ORGANIZADO EN EJES CONCEPTUALES O TEMÁTICOS)

### UNIDAD 1: Organizaciones turísticas

- Organizaciones: Características, propiedades y elementos constitutivos.
- Empresa: clasificación, empresa turística, definición y características de los servicios.
- Pymes, ventajas y desventajas.
- Microemprendimientos
- Asociatividad
- Emprendedorismo.
- Innovación y Creatividad en el diseño de servicios de guiado

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos	
<b>ASIGNATURA:</b> ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	
<b>CÓDIGO SIU GUARANÍ:</b> 205	
<b>CARRERA:</b> Guía Universitario de Turismo	
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b> Ord. Nº 1062/06 – Modif. Ord. 0812/12	
<b>REGIMEN:</b> Cuatrimestral	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2020

- La lectura del Entorno organizacional, en el campo profesional del GUT.
- R.S.: La responsabilidad social y la Ética del Guía del Turismo. Dimensiones de la R.S., buenas prácticas, turismo responsable. Los ODS
- Servucción: elementos, recursos y su vinculación con la actividad del guía de turismo.
- Capital Intelectual: Gestión del Capital humano en las organizaciones turísticas.

### Bibliografía Unidad I

**Gilli, Juan José; Tartabini, Amalia.** “Organización y administración de empresas”. Ediciones CCC. Universidad Nacional de Quilmes. 2013. Cap. I

**Gazzera, Lombardo, Vogel, Quadrini, Marenzana, Molina, Falquemberg** “Las Empresas Turísticas y su Administración” Ed.Educo UNCo. Neuquén. 2010. Cap I. sección 2, 3 y 4.

**Kohen Pablo:** “Tecnología y gestión de agencias de viajes”. Ediciones Macchi. Argentina. 2005. Cap. I

**Mintur.** “Manual para emprendedores turísticos”. Buenos Aires. 2008 Módulo II

**Marenzana, Gabriela.** “La lectura del entorno organizacional, en la práctica profesional del GUT”. Ficha de cátedra. 2019

**Melamed, Alejandro.** Empresas más humanas: mejores personas, mejores empresas. Editorial Planeta. Buenos Aires. Argentina. 2010. Cap. I y IX

**PFETS** Plan Federal Estratégico de Turismo sustentable 2016–2019. MINTUR. Guía de Primeros pasos en RSE para PYMES en el Sector Turístico. Enlace: <http://desarrolloturistico.gob.ar/inversiones/rse/herramientas/guia-de-primeros-pasos-en-rse>

**Flores, Grande, Mezzalira, Pavón, Pinto.** “Asociatividad en mipymes turísticas de Neuquén Capital. Revista Electrónica CECIET. Año II Volumen II. 2012

**Peter Druker.** “La disciplina de la innovación” [www.innedu.com/Innovacion/InnovacionDrucker.pdf](http://www.innedu.com/Innovacion/InnovacionDrucker.pdf). 2004.

**Eiglier, P y Langeard, E:** “Servucción–el marketing de servicios”. Ed. Mac Graw Hill. 1993. Cap. 1.3 y 3.1 y 3.2

**Gazzera, M.A; Lombardo, L.; Quadrini, F.; Marenzana, G.; Abraham, C.; y Falquemberg, C.** Modelo “Ther” de capital intelectual Hotelero: una aproximación



<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos	
<b>ASIGNATURA:</b> ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	
<b>CÓDIGO SIU GUARANÍ:</b> 205	
<b>CARRERA:</b> Guía Universitario de Turismo	
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b> Ord. Nº 1062/06 – Modif. Ord. 0812/12	
<b>REGIMEN:</b> Cuatrimestral	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2020

para su medición– Ed. Publifadecs–Departamento de Publicaciones de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales– UNCo– General Roca– Río Negro. 2016.

OMT “Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)” disponible en <https://www.unwto.org/es/tourismo-por-los-ods>

## UNIDAD 2: LA VINCULACIÓN DEL GUÍA CON LAS ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

- El GUT como prestador de actividades y servicios turísticos.
- La actividad profesional del guía universitario de turismo y su relación con las empresas de servicios turísticos y organizaciones estatales.
- El servicio de Alojamiento en la experiencia turística. Tipos de alojamiento. Clasificación y relación con público objetivo. Reglamentación existente. (Provincias de Neuquén y Río Negro)
- Campamento turístico, su relación con los circuitos turísticos y el desarrollo profesional de un guía de turismo. Tipos de campamento en la Provincia de Neuquén y Río Negro.
- Las Agencias de viajes y su relación con la práctica profesional del guía de turismo. Funciones de una agencia de viajes. Clasificaciones.
- Transportes vinculados con la actividad turística. El transporte aéreo: tipos y clases.
- El Servicio Gastronómico en la experiencia turística. Tipos de servicios. Principales características de la prestación del servicio. Rutas gastronómicas.

### Bibliografía Unidad II

**Schluter.** Turismo y Patrimonio Gastronómico: una perspectiva. Centro de Investigaciones y estudios turísticos. Buenos Aires. 2006. Cap II y IV

**Gazzera, Impemba, Falquemberg, y Marenzana.** Documento “La actividad profesional del guía universitario de turismo y su relación con las organizaciones de servicios turísticos” FATU – UNCo. 2009.

**Gazzera, Lombardo, Vogel, Quadrini, Marenzana, Molina, Falquemberg** “Las Empresas Turísticas y su Administración” Ed.Educo UNCo. Neuquén. 2010



<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos	
<b>ASIGNATURA:</b> ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	
<b>CÓDIGO SIU GUARANÍ:</b> 205	
<b>CARRERA:</b> Guía Universitario de Turismo	
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b> Ord. Nº 1062/06 – Modif. Ord. 0812/12	
<b>REGIMEN:</b> Cuatrimestral	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2020

**Kohen Pablo:** “Tecnología y gestión de agencias de viajes”. Ediciones Macchi. Argentina. 2005. Cap. I

**Lombardo, Lorena** “Gestión de la Restauración”. Ed. Educo. UNCo. Neuquén. Argentina. 2009

**Barrera, Bringas** “Las Rutas Alimentarias: Una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos”. Fauba. Buenos Aires. (2008)

**Hernández, J.** “Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales”. Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, (9), 225–235. (2011).

#### Reglamentaciones:

- Ley Nacional 18.829 / 70 y decreto reglamentario 2182/72
- LEY NACIONAL 18.828 / 70 y Dec. Reglamentario 1818 /76 sobre alojamiento.
- Dec. Provincial 2790/99 sobre alojamiento en la provincia de Neuquén.  
[http://www.observatur.edu.ar/index2.php?option=com\\_content&do\\_pdf=1&id=54](http://www.observatur.edu.ar/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=54)
- Dec. Provincial 2790/99 sobre alojamiento en la provincia de Neuquén
- Resolución nº 555 /04 sobre Reglamento de Alojamientos Turísticos Alternativos  
<http://www.neuquentur.gob.ar/buscaralojamientos/http://www.neuquentur.gob.ar/es/leyes-y-reglamentaciones/>
- LEY Provincial 2173/96 y Res. 012 y 013/98 sobre Turismo Rural en la provincia de Neuquén.
- RESOLUCIÓN Provincial 525/99 de Camping Turísticos
- RES. Parques Nacionales 444/88 de Campamentos Turísticos en Áreas Protegidas.
- Reglamentación Prestadores de actividades turísticas Provincia del Neuquén  
RESOLUCIÓN Nº 1215/04 y 369/13

### UNIDAD 3: Diseño y cotización de paquetes turísticos

- Perfil del turista actual. Nociones sobre mercado y el proceso de segmentación.





<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos	
<b>ASIGNATURA:</b> ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	
<b>CÓDIGO SIU GUARANÍ:</b> 205	
<b>CARRERA:</b> Guía Universitario de Turismo	
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b> Ord. Nº 1062/06 – Modif. Ord. 0812/12	
<b>REGIMEN:</b> Cuatrimestral	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2020

- Diseño de experiencias turísticas: características, elementos, oportunidades que genera al GUT y pasos para llevarlas a cabo.
- El viaje Programado o Paquete Turístico. Tipos de programas
- Elaboración de paquetes: Programación y cotización de servicios turísticos, estrategias de fijación de precios, vouchers
- Gestión de la calidad. Satisfacción del cliente por medio de la calidad desde el momento de diseño del servicio.

#### **Bibliografía Unidad III:**

**Sernatur** “Manual de diseño de experiencias turísticas”. Servicio Nacional de Turismo. Santiago, Chile. 2017

**Altran** “El viajero 2030”. Marketing estratégico turismo. España. 2017

**Chan, Nélica** “Circuitos turísticos: Programación y cotización”. Ediciones Turísticas. Buenos Aires. Argentina. 2005

**Cabo Nadal Mónica:** “Asistencia y Guía de grupos”. Editorial Thomson Paraninfo. España. 2004. Cap. VII

#### **UNIDAD 4: Operación, comercialización, comunicación y venta de servicios.**

- Herramientas comunicacionales en la actividad del GUT: Promoción, merchandising y los medios de comunicación.
- Comunicación del turismo en las redes sociales
- Canales de comercialización de los servicios
- Proceso y Técnicas de venta: Los nuevos perfiles de clientes y sus comportamientos de consumo. Necesidades del cliente. Cómo toman las decisiones de compra los clientes. La venta presencial y su tratamiento paso a paso. Manejo de quejas, objeciones y reclamos
- Operación de servicios: el momento de la verdad.
- El Guía Universitario de Turismo y un servicio de calidad durante y después de la prestación del servicio. Enfoque al cliente. Brechas en el servicio.

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos	
<b>ASIGNATURA:</b> ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	
<b>CÓDIGO SIU GUARANÍ:</b> 205	
<b>CARRERA:</b> Guía Universitario de Turismo	
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b> Ord. Nº 1062/06 – Modif. Ord. 0812/12	
<b>REGIMEN:</b> Cuatrimestral	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2020

- Calidad. Certificación. Sistemas de gestión de calidad mediante Normas IRAM ISO; Normas IRAM–Sectur, conceptos y tipos de normas. Aplicación en las empresas de servicios turísticos.

#### Bibliografía Unidad IV:

**Tamagni, Espinosa, Zanfardini.** Introducción a la Gestión Marketing para empresas turísticas. Educo. Neuquén. 2010. Cap. VI

**Toyos, Mónica,** “El ABC del Marketing de Servicios Turísticos”. Ediciones Turísticas. Argentina. 2005. Cap. II y VII

**Cristale y Ferrari.** “Técnicas de ventas para agentes de viajes”. Editorial Fundación Proturismo. Argentina. 2010.

**Zuccherino Santiago.** “Social Media Marketing: La revolución de los negocios y la comunicación digital”. Grupo Editorial Temas. Buenos Aires. 2016. Cap. I, III, IV, V, VI y IX

**Tomaello, Flavia Duer, Walter.** “Turismo 2.0”. Ediciones Turísticas. Fundación Proturismo. Buenos Aires. 2014. Cap. VIII

### 3– BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

La bibliografía relacionada con las organizaciones turísticas es muy amplia. Por ello seleccionamos una serie de títulos que, a nuestro entender, lograrían facilitarte la comprensión del tema central que nos ocupa en esta asignatura, el diseño de servicios desde tu rol de guía. No obstante, te invitamos a salir en busca de material que despierte tu interés, y es importante que encuentres un autor que capte tu atención y te apasione. Para que sea más operativo, la bibliografía la presentamos en cada una de las unidades anteriores.

### 4– BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA COMPLEMENTARIA


- **Larocca, Barcos, Narváez, Fainstein, Franco, Núñez** “Qué es la Administración”. 2da. Edición. Ed. Macchi. Bs. As. 2.001
- **Sectur** “Manual para emprendedores, pequeños empresarios y responsables de la administración turística. Serie documentos técnicos. Competitividad.” SECTUR – Secretaría de Turismo de México. 2010.


<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos	
<b>ASIGNATURA:</b> ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	
<b>CÓDIGO SIU GUARANÍ:</b> 205	
<b>CARRERA:</b> Guía Universitario de Turismo	
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b> Ord. Nº 1062/06 – Modif. Ord. 0812/12	
<b>REGIMEN:</b> Cuatrimestral	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2020


- **Rivera Mateos** “El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural”. Universidad de Córdoba. Departamento de Geografía y Ciencias del Territorio. 2013
- **Robbins S, Coulter M**, “Administración” 6ta edición ed. Prentice–Hall. 2000


Agrega aquí la bibliografía que hayas descubierto y te parezca interesante:



  
\_\_\_\_\_

  
\_\_\_\_\_

  
\_\_\_\_\_

  
\_\_\_\_\_

## 5- PROPUESTA METODOLÓGICA

### ¿Cómo lo haremos?

Se prevén estrategias didácticas a los efectos de que puedas adquirir las capacidades que se plantean en la asignatura, conjuntamente con propuestas de enseñanza y aprendizaje vinculadas a la resolución práctica de potenciales situaciones.

En este sentido te proponemos combinar:

- Metodología de taller para el desarrollo de contenidos conceptuales y para que aprendas técnicas y procedimientos.
- Técnica de juego de roles para que recreemos posibles situaciones de la realidad.
- Exposiciones teóricas multimediáticas.
- Producciones grupales y/o individuales.
- Salidas de campo.



<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos	
<b>ASIGNATURA:</b> ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	
<b>CÓDIGO SIU GUARANÍ:</b> 205	
<b>CARRERA:</b> Guía Universitario de Turismo	
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b> Ord. Nº 1062/06 – Modif. Ord. 0812/12	
<b>REGIMEN:</b> Cuatrimestral	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2020

- Estudios de Casos/ Resolución de problemas en el campo de la actividad del guía de turismo
- Exposición de temas que sean de tu interés, a partir de sugerencias brindadas por los docentes
- Panel de experiencias de expertos

Es importante también el compromiso por tu parte, de la **lectura previa** del material bibliográfico, a los efectos de generar clases más dinámicas y participativas.

Se pretende que el proceso de **evaluación sea continuo**, a lo largo de tu aprendizaje.

Como espacio de apoyo para el material bibliográfico y como generador de espacio de discusión que trasciendan las instancias presenciales, todos estaremos habilitados dentro de la Plataforma Educativa on-line de la Universidad Nacional del Comahue (PEDCO).

A fines de hacer efectiva esta propuesta, aprovechando las potencialidades de la herramienta te proponemos Ámbitos de intervención como foros, chat, correos, videoconferencias, páginas personales, glosarios, cuestionarios, entre otros.

Estos espacios favorecen las interacciones formativas entre todos los participantes, propiciando el diálogo, la reflexión y la crítica constructiva, y propicia el aprendizaje colaborativo. Competencias que el día de mañana como profesional te serán sumamente requeridas en el ámbito laboral.

## 6- CONDICIONES DE ACREDITACIÓN

Llegamos a la evaluación. Aquí nos interesa que la veas desde una perspectiva diferente, otra manera, no meramente como la aprobación en sí, sino como el resultado de tu proceso de aprendizaje, a través de tus actuaciones y desempeño durante el cursado. Esto implica alcanzar el conocimiento como proceso, no como producto final. Esta visión nos permite a los docentes, contrastar en qué medida se han cumplido los objetivos propuestos en la materia, a fin que dicho proceso sea perfeccionado.

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos	
<b>ASIGNATURA:</b> ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	
<b>CÓDIGO SIU GUARANÍ:</b> 205	
<b>CARRERA:</b> Guía Universitario de Turismo	
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b> Ord. Nº 1062/06 – Modif. Ord. 0812/12	
<b>REGIMEN:</b> Cuatrimestral	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2020

Es por esto que se considerarán los siguientes aspectos:

- ❖ Tratamiento de la información (búsqueda, sistematización, análisis y síntesis, utilidad de la misma)
- ❖ Coherencia y solidez de los argumentos con los que se sustenta un punto de vista
- ❖ Pertinencia en el uso de las herramientas y conceptos de la administración
- ❖ Actitud frente a las actividades que involucra el cursado de la asignatura (compromiso, respeto a los integrantes del grupo de clase, responsabilidad en el cumplimiento de las tareas pactadas)
- ❖ Presentación formal de los trabajos (prolijidad, orden, creatividad, sentido de autonomía, coherencia, reflexión crítica, esfuerzo de síntesis, etc.).
- ❖ Utilización y aplicación del vocabulario técnico que vamos aprendiendo
- ❖ Aplicación de saberes aprehekidos en la Práctica Profesional: oratoria, técnicas y medios de guiado y evaluación, a las presentaciones orales de trabajo.

Asimismo, será considerado especialmente, el proceso de evolución que vayas teniendo, frente al desarrollo de las actividades planteadas por la materia, tanto en el desarrollo de tu facultad autónoma para resolver las mismas, como de tu capacidad de autocrítica. Te alentamos a que enciendas tu curiosidad, porque en palabras del gran pedagogo Paulo Freire (2003), es la curiosidad la que nos empuja, nos motiva, nos lleva a develar la realidad a través de la acción. Es así como la ignorancia es el punto de partida hacia la sabiduría, y el equivocarse forma parte de la búsqueda del saber.

- a. **ALUMNOS REGULARES:** aprobación de 2 (dos) exámenes parciales (escrito u oral) o su respectivo **recuperatorio integrador** con nota igual o superior a 6 (seis); y entrega del 100 % de las actividades prácticas y aprobación del 80 % de las mismas.
- b. **ALUMNO PROMOCIONAL:** aprobación de 2 (dos) exámenes parciales con nota igual o superior a 8 (ocho); Estos exámenes tienen

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos	
<b>ASIGNATURA:</b> ORGANIZACIONES TURÍSTICAS	
<b>CÓDIGO SIU GUARANÍ:</b> 205	
<b>CARRERA:</b> Guía Universitario de Turismo	
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b> Ord. Nº 1062/06 – Modif. Ord. 0812/12	
<b>REGIMEN:</b> Cuatrimestral	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2020

recuperatorio pero su nota no es válida para promocionar. Los recuperatorios deberán ser aprobados con nota igual o mayor a 6(seis) para quedar en condición de regular. También debes aprobar el 100 % de las actividades prácticas, si optas por el cursado por promoción.

- c. **ALUMNOS LIBRES:** Los alumnos que no hayan superado los exámenes parciales o sus recuperatorios o no hayan cumplido con alguno de los puntos señalados precedentemente, quedaran en calidad de alumnos libres. Deberán rendir un examen escrito y uno oral, siendo el primero de carácter eliminatorio. Ambas instancias evaluativas deberán ser aprobadas con 4(cuatro) como mínimo.

## 7- CRONOGRAMA TENTATIVO

### FECHAS TENTATIVAS DE EVALUACIONES PREVISTAS

- 1° PARCIAL: 24 de Abril
- 2° PARCIAL: 17 de Junio
- RECUPERATORIO INTEGRADOR: 26 de Junio

## 8- DISTRIBUCIÓN HORARIA


### a. DIAS, HORARIO Y AULA DE CURSADO

Miércoles de 15 a 18. Aula: 8

Viernes de 15 a 18. Aula: 8

### b. DÍAS, HORARIO Y LUGAR DE ATENCIÓN DE ALUMNOS

En el box de la cátedra los martes de 10:30 a 12 hs

FIRMA ENCARGADO/A DE CATEDRA: 	FIRMA DIRECTOR/A DE DEPARTAMENTO:
--	-----------------------------------