



<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

### EQUIPO DE CÁTEDRA

#### Encargado de Cátedra

Nombre y Apellido: Marcelo Impemba

Cargo y dedicación: PAD 2

#### Equipo Docente

Nombre y Apellido: Cristian Falquemberg

Cargo y dedicación: AYP 2

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

#### a. FUNDAMENTACIÓN

El guía de turismo es aquel profesional que, en su práctica laboral cotidiana sirve de nexo entre los visitantes y la comunidad local, quien a partir de los conocimientos del lugar y bajo los parámetros de la Interpretación, favorece la relación y vinculación del turista con el lugar visitado, a través de la construcción de experiencias significativas, fortaleciendo y revalorizando aspectos de la propia identidad en los habitantes locales.<sup>1</sup>

La formación del graduado de la carrera Guía Universitario de Turismo, como guías intérprete, en su actividad profesional tiene un rol fundamental no solo dando a conocer el patrimonio local, sino que debe abordar la complejidad de la diversidad cultural, generando lazos de entendimiento que lleven a un cambio de actitud y comportamiento, no sólo en relación a los visitantes o turistas sino también dentro de la propia comunidad local, contribuyendo a la prevención y solución de problemas del ambiente, del patrimonio y de la sociedad, provocando un efecto en los visitantes que vaya más allá del mero hecho de la visita.

La asignatura Organizaciones Turísticas se dicta durante el primer cuatrimestre del segundo año, y refiere a las competencias básicas que permiten al Guía Universitario de Turismo contar con aquellas herramientas para realizar un análisis y comprensión de las organizaciones turísticas y su funcionamiento.

En la organización curricular del plan de estudios, esta asignatura al ubicarse en el segundo año de la carrera, permite operativizar las competencias previas y los saberes específicos, en pos de proponer una serie de contenidos, conceptos y estudios de caso sobre las distintas organizaciones turísticas, en un todo de acuerdo con las características y objetivos antes mencionados de la materia y el perfil del guía universitario de turismo, que le permitan al estudiante integrarlos y asimilarlos a su próxima práctica laboral.

La presente propuesta pedagógica para la asignatura Organizaciones Turísticas, fue elaborada a partir de los ejes conceptuales de *Interpretación, Recreación y Servicios*, propuestos en el Plan de Estudios para la carrera Guía Universitario de Turismo (Ordenanza Consejo Superior Universidad Nacional del Comahue Nº 1062/06 – Modif. Ord. 0812/12).

Según prevé el plan de estudios, el guía universitario de turismo desarrolla su marco de intervención en un contexto de problemas concretos y situaciones imprevistas, teniendo en cuenta además su papel en la promoción de los lugares visitados, por lo cual requiere de otros saberes que le permitan relacionarse con organizaciones que llevan a cabo actividades turísticas específicas (agencias, transportes, hoteles, etc.)

En tal sentido, se proponen una serie contenidos conceptuales y sus respectivos trabajos prácticos, de acuerdo a los propósitos de esta cátedra, proporcionando al estudiante un marco integrador de los conceptos y prácticas fundamentales de las organizaciones turísticas, y todos aquellos aspectos

<sup>1</sup> Maragliano, María Graciela (2010) "Interpretación del Patrimonio: Una experiencia de conocimiento que revela significados" Boletín de Interpretación. AIP Asociación para la Interpretación del Patrimonio.

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

relacionados con su conformación, organización y funcionamiento y las diversas formas de interrelación con la práctica profesional del Guía Universitario de Turismo.

#### b. OBJETIVOS

- Intermediar desde su propia práctica profesional, entre los turistas y las empresas y/o instituciones del sector turístico.
- Relacionar dichas organizaciones en sus diferentes variantes en los circuitos turísticos que diseñe, desarrollando de esta manera un guiado integrador.
- Diseñar y proyectar su propia organización como potencial prestador turístico, en actividades y servicios turísticos.

#### Propósitos:

- **Conocimiento:**
  - Permitir relacionar sus actividades cotidianas con aquellas vinculadas a la actividad turística, donde las dimensiones cognitiva, procedimental y actitudinal se desarrollarán progresiva y convergentemente en torno a la movilización de conocimientos en contextos problemáticos reales.
  - Construir saberes significativos combinando atributos tales como: conocimiento, actitudes, valores y habilidades tanto para su futura práctica laboral como para su vida personal.
  - Resignificar la dimensión actitudinal e integrar los conocimientos adquiridos, promoviendo competencias personales como la autoestima, motivación, creatividad, entusiasmo, confianza y responsabilidad social, para facilitar y promover en aquellos casos que lo amerite, el diseño, elaboración y ejecución de su propia organización como prestador turístico.
- **Habilidades:**
  - Adquirir en forma progresiva las habilidades, actitudes y destrezas a fin de aplicar los conocimientos teóricos a la práctica, en particular aquellos que se relacionan con la función del guía de turismo, como es la de intermediar desde la práctica profesional entre los turistas y las organizaciones, asesorando, facilitando información y colaborando en el cumplimiento de las normativas.
  - Promover e internalizar aquellas reglamentaciones vigentes, para cumplir y hacer cumplir normativas necesarias en toda actividad socioeconómica que busca minimizar, aquellos impactos negativos que pudiera ocasionar el turismo sobre la comunidad residente, en los visitantes o en el ambiente donde se desarrolla.

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

- Resignificar la ética y rol del guía como profesional del turismo en la sociedad donde se desempeña.

- **Capacidades**

- Expresar y valorar los conocimientos y habilidades de su mundo cotidiano y de su lugar de origen, a fin de revalorizar su procedencia para así luego integrarlas y complementarlas con aquellas herramientas provistas por la asignatura Organizaciones Turísticas.
- Asumir su rol en el ejercicio profesional como Guía Universitario de Turismo, como parte integrante del sistema turístico y nexo - facilitador entre el turista, el centro turístico visitado y la comunidad local.
- Combinar aquellas actitudes como el respeto y compromiso, para con las personas que depositan en él su confianza (clientes – usuarios – destinatarios de una propuesta turística), reconociéndose como partes integrantes del servicio.
- En forma complementaria y vinculante con las capacidades adquiridas en las distintas materias que conforman el Plan de Estudios de la carrera Guía de Turismo, generar la necesaria responsabilidad social en el futuro graduado hacia la comunidad local donde desarrolla sus actividades.

### c. CONTENIDOS MÍNIMOS SEGÚN PLAN DE ESTUDIOS

#### Competencias:

Analizar y comprender la importancia de las organizaciones turísticas desde un enfoque sistémico del turismo.

Conocer y explicar el funcionamiento de las organizaciones turísticas.

Intermediar desde la práctica profesional entre los turistas y las organizaciones asesorando, facilitando información, colaborando en el cumplimiento de las normativas.

#### Saberes conceptuales:

Organizaciones turísticas públicas y privadas sin fines de lucro. Empresas de servicios turísticos. Entorno. Servucción. Calidad. Rol del guía.

#### Saberes procedimentales:

Observación crítica. Indagación y selección de información. Comparación. Relacionar.

#### Saberes actitudinales:

Actuar con ética y responsabilidad profesional. Sentido de empatía.

Disposición y rigurosidad en su función de asesorar, informar, comunicar.

Actuar interdisciplinariamente.

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

## 2- CONTENIDOS

Al asumir el perfil del Guía Universitario de Turismo Intérprete y su rol en la difusión del patrimonio y su sociedad, que lleven a la comprensión de sus significados, el respeto a la diversidad y consecuentemente a la conservación; la Asignatura **Organizaciones Turísticas** promueve en el estudiante la puesta en práctica de los marcos teóricos antes mencionados, tomando como eje conceptual de la materia la generación de las aptitudes que le permitan actuar con ética y responsabilidad profesional en su función de asesorar, informar, comunicar, interpretar e intervenir, en el marco y como parte integrante de las organizaciones turísticas, respetando el intercambio con grupos diversos en contextos de diversidad cultural.

### **UNIDAD 1: Características y contextualización de las distintas organizaciones turísticas.**

En la primera unidad de la asignatura Organizaciones Turísticas se propone al estudiante la incorporación progresiva del marco conceptual necesario, que le permita comprender e intervenir en el contexto y en el interior de las distintas organizaciones turísticas con las cuales se vincula el guía de turismo.

Seguidamente se trabajarán estrategias que faciliten la adquisición de aquellas herramientas que le permitan al futuro profesional analizar, describir y explicar el comportamiento y funcionamiento de las empresas o instituciones turísticas, en un entorno complejo y diverso.

En este sentido, se intenta promover la comprensión del funcionamiento y la estructura básica de las empresas de servicios turísticos –públicas y privadas- desde el abordaje sistémico y, los mecanismos que vinculan los recursos con que cuentan los diversos tipos de organizaciones a fin de cumplir sus objetivos.

En todos los casos se analizarán sobre el entorno específico de un centro turístico como es San Martín de los Andes, a modo de estudio de caso, para que le permita al futuro graduado aplicarlo en el ámbito donde desarrolle su actividad laboral en forma ética y responsable.

En la primera unidad de la asignatura Organizaciones Turísticas se propone al estudiante la incorporación progresiva del marco conceptual necesario, que le permita comprender e intervenir en el contexto y en el interior de las distintas organizaciones turísticas con las cuales se vincula el guía de turismo.

Seguidamente se trabajarán estrategias que faciliten la adquisición de aquellas herramientas que le permitan al futuro profesional analizar, describir y explicar el comportamiento y funcionamiento de las empresas o instituciones turísticas, en un entorno complejo y diverso.

En este sentido, se intenta promover la comprensión del funcionamiento y la estructura básica de las empresas de servicios turísticos –públicas y privadas- desde el abordaje sistémico y, los mecanismos que vinculan los recursos con que cuentan los diversos tipos de organizaciones a fin de cumplir sus objetivos.

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

En todos los casos se analizarán sobre el entorno específico de un centro turístico como es San Martín de los Andes, a modo de estudio de caso, para que le permita al futuro graduado aplicarlo en el ámbito donde desarrolle su actividad laboral en forma ética y responsable.

#### Contenidos:

- El estudio de las distintas organizaciones turísticas: Características y diferencias de las organizaciones prestadoras de servicios turísticos, tanto públicas como privadas.
- El turismo y las distintas organizaciones públicas: Jurisdicciones nacional, provincial y municipal en relación a las prestaciones de servicios y actividades turísticas. Organismos mixtos: el caso del EN.SA.Tur. Las Asociaciones como organizaciones intermedias que nuclea los distintos sectores de la actividad turística.
- El contexto de las organizaciones: Análisis de las diferentes organizaciones turísticas en el marco de su contexto o entorno donde desarrolla sus actividades.
- Identificación y análisis de los recursos con que cuenta los tipos de organizaciones: El estudio y análisis de los diversos elementos y recursos que interactúan en la producción de servicios y que llevan a cabo los diferentes tipos de organizaciones turísticas.
- La organización y la producción de servicios. Características de la prestación de los servicios, las condiciones de la organización para poder brindarlos y los principios de la servucción.

#### Propósitos:

- Incorporar el marco conceptual necesario que le permita comprender e intervenir en la realidad de las organizaciones turísticas.
- Adquirir herramientas que lo ayuden a analizar, describir, explicar el comportamiento y funcionamiento de las empresas o instituciones turísticas en un entorno complejo
- Comprender el funcionamiento interno de las organizaciones de servicios turísticos desde el abordaje sistémico, a fin de ponerlas en funcionamiento y poder cumplir sus objetivos.
- Interpretar los mecanismos que permiten la vinculación entre los recursos con que cuentan los diversos tipos de organizaciones.
- Comprender los aspectos centrales que hacen a la organización interna y funcionamiento de las organizaciones públicas y privadas que promueven y regulan la actividad turística en sus diferentes jurisdicciones y sectores participantes.

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

## **UNIDAD 2: El ejercicio profesional del guía de turismo y la innovación en destinos turísticos de montaña**

La segunda unidad está orientada al desarrollo del campo profesional del guía de turismo y sus posibilidades de crear productos turísticos innovadores. Los destinos de montaña y territorios mediatizados por las áreas protegidas y los contextos interculturales, representan un desafío y una oportunidad para su formación y/o especialización. En este bloque, se trabajarán aquellos contenidos que permitan al estudiante incorporar, conocimientos básicos sobre los proyectos de prestación de servicios y actividades turísticas y las posibilidades de su participación en los mismos.

En esta línea de trabajo, se completan los conceptos referidos al diseño y elaboración de un producto turístico en relación con el perfil de un guía de turismo, desarrollando por lo tanto entre otros temas: investigación de mercado y posicionamiento, combinados con los principios básicos sobre estrategias de marketing y comunicación necesarias en la implementación de toda organización turística, como son las herramientas de comunicación, comercialización y promoción. La intención es poder conectar justamente, la oferta de los productos y servicios con los destinatarios potenciales.

En relación a estos preceptos, se desplegarán las características salientes, del rol del guía de turismo en el desarrollo de emprendimientos turísticos y el análisis, diseño y puesta en práctica de los productos turísticos -en el caso específico de los circuitos turísticos-. En tal sentido, se incorporarán además de nociones sobre segmentación de mercado, aquellos conceptos de seguridad y estrategias de calidad de los servicios, que le otorgará a los estudiantes, conocimientos y habilidades orientadas a lograr experiencias turísticas satisfactorias para la población objetivo.

En forma vinculante, se abordarán aspectos que hacen a las condiciones y características de las distintas formas de asociatividad y las principales características y problemáticas de las Pymes, como modos organizacionales en su relación con la explotación de emprendimientos turísticos.

### **Contenidos:**

- Introducción a la noción de producto turístico: sus características y funciones. Diseño y elaboración de productos innovadores -Caso: circuitos turísticos- para un turismo no convencional.
- Introducción a los principios de la satisfacción de las necesidades: sistemas de información, estudio y evaluación de segmentos de mercado, nociones sobre el diseño de estrategias de posicionamiento.
- Las estrategias de comunicación y marketing en el desarrollo de la actividad profesional del guía de turismo. El proceso de comunicación y su incidencia en la actividad turística: Características y funciones de las principales herramientas y medios de comunicación.
- Los principios y normas básicas de seguridad y de gestión de la calidad del servicio: El Guía Universitario de Turismo y un servicio seguro de calidad.



<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

- Alianzas y estrategias de asociatividad: Características, objetivos, ventajas y tipo de asociatividad. Las Pymes y el turismo: Condiciones y problemáticas.
- Reglamentaciones, condiciones y requisitos para la inscripción de los prestadores de servicios y actividades turísticas. Posibilidades del guía de turismo como un prestador independiente en el ámbito de Parques Nacionales y/o de la Provincia de Neuquén.

**Propósitos:**

- Brindar elementos que permitan elaborar productos turísticos innovadores, vinculando las organizaciones en el diseño y planificación de los circuitos turísticos.
- Conocer los puntos más importantes de las reglamentaciones de Parques Nacionales y de la Provincia de Neuquén respecto a las condiciones, requisitos y características de un prestador de servicios y actividades turísticas y el rol del guía como un prestador independiente.
- A través del marco conceptual y los diferentes ejercicios prácticos, los estudiantes puedan aplicar distintas herramientas de marketing en su futuro desempeño laboral.
- Analizar las posibilidades que ofrece los distintos medios de comunicación y promoción, para diseñar y proponer estrategias comunicacionales de los productos y circuitos turísticos.
- Caracterizar el rol del guía de turismo, su responsabilidad y desempeño profesional bajo conceptos y parámetros de seguridad y de calidad del servicio.
- Analizar los procesos de asociatividad y la realidad de las PyME en el marco de las organizaciones turísticas.

**UNIDAD 3: La vinculación del guía de turismo con las organizaciones turísticas**

En esta unidad del programa se desarrollarán aquellos aspectos más significativos de la relación del guía universitario de turismo con los servicios turísticos y su prestación.

Además, se desarrollará el rol del guía de turismo en las distintas organizaciones turísticas, las diferentes formas de intervención y las correspondientes responsabilidades. Para este fin, se trabajará un documento de cátedra específico sobre la práctica profesional del guía universitario de turismo y su relación con las diferentes organizaciones turísticas.

En forma vinculante, a modo de estudio de casos se analizarán las características básicas, condiciones y regulaciones de la prestación de los servicios de camping turísticos y de gastronomía, como productos innovadores y las posibilidades de inserción de los guías de turismo en el desarrollo de los mismos.

En el marco de una actividad socioeconómica como el turismo que se desarrolla en distintos espacios territoriales/jurisdicciones, se abordarán aquellos aspectos centrales que hacen a las



<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

comprensión y aplicación de las distintas reglamentaciones, que ordenan y regulan la prestación de servicios turísticos básicos.

#### Contenidos:

- El hotel como organización: estructura y comercialización. Nuevas tendencias en hotelería y las distintas clasificaciones. Consideraciones generales sobre el alojamiento: Su clasificación y categorización. La reglamentación de alojamientos turísticos que rige en la Provincia de Neuquén y en San Martín de los Andes. Nociones de responsabilidad social empresaria y su relación con los alojamientos turísticos.
- Una aproximación a las funciones de una agencia de viajes. Su clasificación según reglamentación y mercado. La reglamentación que rige a las agencias de viajes que operan en el territorio nacional y su relación con la práctica profesional del guía de turismo. El guía como coordinador de eventos programados.
- Los transportes vinculados al negocio del turismo. El transporte terrestre, lacustre, cruceros y aéreo: tipos y clases, problemáticas y regulaciones.
- Otros servicios turísticos complementarios:
  - El Servicio Gastronómico como producto turístico. El servicio de alimentación en la experiencia turística: análisis de los requerimientos del personal, principales características de la prestación del servicio y sus regulaciones.
  - El campamento turístico y su relación con los circuitos turísticos. Reglamentación que rige a los campamentos turísticos o camping en las diferentes jurisdicciones.
- La actividad profesional del guía universitario de turismo y su relación con las organizaciones de servicios turísticos.

#### Propósitos:

- Diferenciar de la prestación de los servicios básicos de alojamiento, agencia de viajes y trasportación.
- Realizar un análisis integral de las distintas clases, servicios, formas de comercialización y marco legal de las principales organizaciones turísticas que prestan los servicios de alojamientos turísticos y su aplicación en cualquier contexto o localidad turística.
- Incorporar el marco legal específico que hace a la actividad de una agencia de viajes y su vinculación a la práctica profesional del guía de turismo.
- Estudiar los diferentes transportes y su incidencia en el desarrollo turístico y el rol del guía.

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

- Indagar sobre la importancia de los servicios turísticos complementarios. La gastronomía como producto turístico y el campamento turístico. Su relación con los circuitos turísticos y el desarrollo profesional de un guía de turismo.
- Analizar la vinculación profesional y el rol que tiene el guía de turismo con las diferentes organizaciones de servicios turísticos.

### 3- BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

#### Unidad I:

- ACERENZA, M. (1994) "Agencias de viajes. Organización y Operación. Editorial Trillas. Segunda Edición, México.
- EIGLIER; Pierre y LANGEARD; Eric (1993) "Servucción El Marketing de servicios". Editorial Mac Graw Hill. España. Capítulos I, II, III, IV
- GAZZERA, ALEJANDRA (Coordinadora), LOMBARDO, LORENNNA y otros (2007) "Compendio de Estudios y Perspectivas de la Administración de Organizaciones Turísticas" educo. Neuquén
- IMPEMBA, MARCELO Y FALQUEMBERG, CRISTIAN (2008) Ficha de cátedra "Organización y administración de emprendimientos turísticos"
- KOTLER, P. y otros. (2003) "Marketing para Turismo" 3ª edición. Pearson Prentice Hall. España.
- LARocca, BARCOS, NARVÁEZ, FAINSTEIN, FRANCO, NÚÑEZ (2.001) "Qué es la Administración". 2da. Edición. Ed. Macchi. Bs. As.
- MANUAL PARA EMPRENDEDORES, PEQUEÑOS EMPRESARIOS Y RESPONSABLES DE LA ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA. Serie documentos técnicos. Competitividad. SECTUR - Secretaría de Turismo de México. 2010.
- NATIONAL PARK SERVICE: *Manual para la capacitación del personal de áreas protegidas* – Departamento del Interior de los Estados Unidos de América. Servicio de Parques Nacionales. Oficina de Asuntos Internacionales. Washington, D.C. – USA – 1993
- OMT - WTO - BTO - PNUMA: "Ordenación de los Parques Nacionales y de Otras Zonas Protegidas para el Turismo" - Documento - Madrid, España, 1992.
- ROBBINS S, COULTER M, (2000) "Administración" 6ta. edición Ed. Prentice-Hall.

#### Unidad II:

- ALBARELLOS, ALDO F. (2008). Gestión de Marketing de Destinos y Empresas Turísticas. Docente: Marketing Estratégico. Especialización en Desarrollo y Gestión del Turismo. Universidad Nacional de Quilmes.

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

- BIGNÉ ALCAÑIZ, J. E., FONT AULET, X. y ANDREU SIMÓ, L. (2000) "Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo" ESIC Editorial, 2000 España
- BRAIDOT, NÉSTOR P (2005). Neuromarketing. Neuroeconomía y Negocios. Ed. Puerto Norte Sur. España.
- CÁRDENAS TABARES, F. (1986) "Producto Turístico. Aplicación de la estadística y del muestreo para su diseño". Editorial Trillas, México DF
- CHAN, Néida (2005) "Circuitos Turísticos. Programación y Cotización". Ediciones Turísticas. Argentina.
- IMPEMBA, M. (2012): "Material Bibliográfico del Módulo Productos y Servicios Turísticos." Tecnicatura Superior en Ecoturismo y Áreas Protegidas. Consejo Provincial de Educación. Subsecretaría de Educación de la Provincia de Neuquén.
- GAROFALO, GENE (2000). El Guía Práctica para Ventas y Mercadotecnia. Cap. Dos. Prentice Hall, México.
- GUBERN FORTUNY, MARCEL Y CODINA MEJON, JAUME (2001). Introducción al Marketing. Estudios de Economía y Empresas. Unidad 1. UOC. La Universidad Virtual.
- IGUERA, MARIELA "ASOCIATIVIDAD EN PYMES" Buenos Aires, publicado en <http://www.gestiopolis.com/>.
- IMPEMBA, MARCELO Y FALQUEMBERG, CRISTIAN (2008) Ficha de cátedra "El desarrollo profesional del guía de turismo y su relación con la reglamentación turística"
- IMPEMBA, MARCELO Y FALQUEMBERG, CRISTIAN (2008) Ficha de cátedra "Organización y administración de emprendimientos turísticos"
- IMPEMBA, MARCELO Y FALQUEMBERG, CRISTIAN (2008) Ficha de cátedra "El guía de turismo y su vinculación con las organizaciones turísticas"
- KOTLER PHILIP (2004). Sistemas de Información e Investigación en Marketing. Marketing Para Turismo. Cap. 5. Pearson Prentice Hall. España.
- KOTLER, PHILIP Y OTROS (2007). Cap. 8. Distribución de la Imagen y los Mensajes de un Lugar. Marketing Internacional de Lugares y Destinos. Pearson Prentice Hall. México.
- LAMBIN J. J. (1995). El Análisis de las Necesidades a Través de la Segmentación. Cap. 6. Marketing Estratégico. McGraw Hill.
- MORALES, Silvia "Análisis del Concepto de Seguridad Turística" (Resumen) Programa de Seguridad Contra Incendios en Establecimientos Hoteleros - Modalidad: Virtual. Docente: Luis Grünewald. Clase Virtual N° 02
- 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. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

- SALINAS CHÁVEZ, E. Y MEDINA PÉREZ, N. (2009) “Los productos turísticos, pilares de la comercialización. Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba” Universidad de La Habana, Cuba. Estudios y perspectivas en turismo. V.18 N.2 Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Mar./abr. 2009. *Versión On-line* ISSN 1851-1732. 2012 *Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos*.
- (WTTC, World Travel & Tourism Council) (2015) Tendencias de talento global y problemas para el sector de Viajes y Turismo. Un informe elaborado por Oxford Economics para el Consejo Mundial de Viajes y Turismo.
- SECRETARÍA DE TURISMO DE LA NACIÓN (2008). Curso Gestión de la Calidad en Turismo.
- GONZÁLEZ MENORCA, Leonor, GONZÁLEZ MENORCA, Carlos, PELEGRÍN BORONDO, Emma (2014) “La calidad en las organizaciones turísticas” Ed. Paraninfo. España.

### Unidad III:

- SECRETARÍA TURISMO NACIÓN. (2008) “Nuevas Modalidades de Alojamiento” Editor responsable: Secretaría de Turismo de la Nación
- ACERENZA MIGUEL (1994) “Agencias de viajes. Organización y Operación. Editorial Trillas. Segunda Edición, México.
- GARNICA, CÉSAR (2013) Ficha recopilado y elaborado por el alumno “La responsabilidad social empresaria y los alojamientos turísticos.”
- GAZZERA, A., IMPEMBA, M., FALQUEMBERG, C. y MARENZANA, G. (2009) Documento “La actividad profesional del guía universitario de turismo y su relación con las organizaciones de servicios turísticos” FATU – UNCo. ISSN 1852-4583
- GAZZERA, ALEJANDRA (Coordinadora), LOMBARDO, LORENNIA y otros (2007) “Compendio de Estudios y Perspectivas de la Administración de Organizaciones Turísticas” Educo. Neuquén
- GAZZERA, ALEJANDRA Y OTROS (2010) “Las Empresas Turísticas y su Administración” Educo. Neuquén
- IMPEMBA, MARCELO Y FALQUEMBERG, CRISTIAN (2008) Ficha de cátedra “El desarrollo profesional del guía de turismo y su relación con la reglamentación turística”
- LÓPEZ-GUZMÁN, Tomás y MARGARIDA JESUS, Maria (2011) “Turismo, Cultura y Gastronomía. Una Aproximación a las Rutas Culinarias” Book of Proceedings – International Conference on Tourism & Management Studies – Algarve 2011.
- GEMA Ma. CARRILLO Y Ma. BELÉN CARRILLO. (2008) “Innovaciones tecnológicas en la gestión de reservas hoteleras” Revista Madri+d
- OMT (1998) “Introducción al Turismo” Primera Edición. Organizacional Mundial del Turismo, Madrid – España.

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

- FALQUEMBERG, CRISTIAN (2014) “Pymes Hoteleras. Gestión del Conocimiento, para una Mayor Competitividad” Trabajo en el proyecto de investigación “El Capital Intelectual en el Sector Hotelero: un Modelo para su Medición 2011-2014”.
- WTTC, World Travel & Tourism Council. (2015) Tendencias de talento global y problemas para el sector de Viajes y Turismo. Informe elaborado por Oxford Economics para el Consejo Mundial de Viajes y Turismo

#### 4- BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

##### Unidad I:

- 5- Encuestas turísticas invernales y estivales. Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico. Municipalidad de San Martín de los Andes.
- 6- Administración de Parques Nacionales (2000) Plan de Gestión Institucional de la Administración de Parques Nacionales
- 7- Intendencia Parque Nacional Lanín (1997) Plan Preliminar de Manejo del Parque Nacional Lanín. A.P.N. Administración de Parques Nacionales. San Martín de los Andes.
- 8- Subsecretaría de Turismo de la Provincia de Neuquén (2008) Plan de Gestión de Turismo 2008 – 2011. Ministerio de Desarrollo Territorial. Provincia de Neuquén.
- 9- O.M.T. (Organización Mundial del Turismo) (1999) Código Ético Mundial para el Turismo.
- 10- NEUQUENTur. Plan de Gestión de Turismo 2008 – 2011 - Provincia de Neuquén
- 11- Secretaría de Turismo de la Nación. (2005) Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable.
- 12- ENSATUR (1992) Ordenanza N°968/92 – Creación del ENTE AUTÁRQUICO denominado ENTE SANMARTINENSE DE DESARROLLO TURÍSTICO (ENSATUR).

##### Unidad II:

- Resolución 555/04 sobre Reglamento de Alojamientos Turísticos Alternativos de la Provincia de Neuquén.
- Resolución 1215/04 sobre Reglamento del Registro de Actividades Turísticas de la Provincia de Neuquén
- Resolución HD 68/02 "Reglamento para el Otorgamiento de Permisos de Servicios Turísticos" de la Administración de Parques Nacionales.
- Resolución 1215/04 sobre Reglamento del Registro de Actividades Turísticas de la Provincia de Neuquén
- Guía para Inversores de S.M.Andes 2009. Secretaría de Turismo y Desarrollo Económico. Municipalidad de San Martín de los Andes.
- Reglamento de Turismo Rural de la Provincia de Neuquén. (Resolución N° 816/05)

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

### Unidad III:

- Municipalidad de San Martín de los Andes. (2008) Plan de Marketing Operativo de San Martín de los Andes.
- Reglamento de Alojamientos de San Martín de los Andes. Ordenanza 3929/00.
- Ordenanza de albergues Nº 4976/2003. Albergues Turísticos.
- Res. 4516/04 – Reglamentación de la Ordenanza de Barreras Físicas en el ámbito urbano, arquitectura y de transporte de San Martín de los Andes.
- Ley Nacional 18829/70 sobre Agencias de Viajes.
- Res. 251/06: Reglamento de Guía de Turismo de Parques Nacionales.
- Ordenanza Municipal Nº 6505/05. Reglamento de Guías de Turismo de San Martín De Los Andes. Municipio de San Martín de los Andes
- Res. 444/88: Reglamento de Campamentos Turísticos en Áreas Naturales Protegidas de la ADMINISTRACION DE PARQUES NACIONALES
- Res. 525/99: Reglamento de Campamentos Turísticos de la Provincia de Neuquén.

### 4. PROPUESTA METODOLÓGICA

La metodología de enseñanza - aprendizaje se basará en la construcción del conocimiento, en un proceso donde el estudiante retoma saberes anteriores, posibilitando la reflexión y la generación de nuevos, integrando las dimensiones cognitiva, procedimental y actitudinal, desarrollándolas de manera convergente en torno a la movilización de conocimientos en contextos problemáticos reales.

Se trabajarán las inquietudes del grupo, elaborando respuestas en conjunto, profundizando las mismas sobre la base de los contenidos teóricos apropiados, generando nuevos conocimientos, a partir de las capacidades individuales de los alumnos, en un proceso de enseñanza - aprendizaje que fortalezca la propia personalidad de cada uno de ellos a través de un seguimiento personalizado.

Esta dinámica permite que surjan sus propios conocimientos, que los puedan exteriorizar y a partir de ellos complementarlos e integrarlos con el marco teórico y con la asistencia y asesoramiento del equipo de cátedra, se construya en forma conjunta nuevos saberes.

La materia se organizará en instancias teóricas y prácticas, a partir de las cuales se integrarán y aplicarán contenidos en diferentes situaciones y ámbitos de intervención.

Como propuesta didáctica se promoverá la implementación de metodologías de taller en el aula y salidas a campo, entendiendo a esta forma de trabajo como instrumento idóneo para una mejor comprensión de los contenidos y como dinámica que propicia la participación de los estudiantes, teniendo en cuenta los objetivos perseguidos.



<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

En cada jornada de trabajo, se pueden definir los siguientes momentos:

- ⇒ Al inicio de cada clase se le presentará al alumno la planificación y tema a abordar, propósitos, actividades vinculantes, bibliografía y relaciones conceptuales abordadas anteriormente.
- ⇒ Presentación en forma explicativa por los docentes de la actividad, sus objetivos, metodología y la relación con el programa y el marco teórico.
- ⇒ Planteamiento de problemáticas por parte de los estudiantes y los docentes.
- ⇒ Trabajo en pequeños grupos durante cada encuentro y entre cada jornada.
- ⇒ Discusión plenaria a fin de construir en forma conjunta los conocimientos.

Valorando que la sede de la carrera se encuentra en un entorno mediatizado profundamente por el desarrollo del turismo, como es el caso de San Martín de los Andes y su área de influencia, el aula se trasladará al espacio exterior y viceversa, a modo de laboratorio experimental (ciudad – centro turístico, ámbito rural, parque nacional, entre otros). En estos contextos, los estudiantes podrán confrontar sus saberes en espacios reales, y les permitirá construir el conocimiento, las actitudes y habilidades necesarias para comprender en forma progresiva y directa las organizaciones turísticas y sus interacciones.

A su vez, los trabajos prácticos son la forma de llevar a la actividad concreta el marco teórico, complementándose y completándose con las diversas salidas de campo, que tienen como objetivo que el estudiante adquiera las habilidades, actitudes y destrezas que hacen a su futura práctica profesional y ésta en relación las diversas organizaciones turísticas.

Para la realización de trabajos prácticos, los estudiantes contarán con una guía, donde se explicitan objetivos, metodología, tipo de actividad y forma de evaluación de la misma. La realización de los trabajos prácticos podrá ser individual o grupal, dependiendo de la metodología y objetivos planteados. En todos los casos se incentivará a la participación, discusión crítica, reflexión y análisis de cada situación abordada.

En forma simultánea, se utilizarán las TICs tanto para favorecer la comunicación entre los docentes y estudiantes (Facebook, blog), como para la complementación en la comprensión de los marcos teóricos, utilizando páginas web y videos, que lleven al análisis de casos y la reflexión sobre las características y funcionamientos de las organizaciones turísticas en otros destinos.

Además, y en forma complementaria, se dispondrá de horarios de atención de alumnos como otra instancia de aprendizaje personalizado, donde el alumno podrá plantear sus dudas ante situaciones que interrumpan el normal desempeño en sus estudios.



<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

## 5. CONDICIONES DE ACREDITACIÓN

La evaluación representa una instancia progresiva y formativa, siendo parte y orientadora del proceso de resignificación del conocimiento, que permite a su vez detectar los progresos y cambios operados en los alumnos a lo largo del dictado de la materia.

Los criterios de acreditación se expondrán y consensuarán al comienzo del cuatrimestre, y se definirán sobre la base de la participación durante la clase, la construcción del pensamiento crítico y la problematización de ideas, en las distintas instancias de evaluación oral y escrita durante el cursado.

Se realizarán distintas evaluaciones orales y escritas, grupales e individuales, que consistirán en la elaboración y presentación de trabajos prácticos y guías de lecturas individuales y/o grupales, con su defensa en forma oral.

El proceso de evaluación se completa con Exámenes Parciales escritos e integradores, basados en la técnica de estudio de casos, un método pedagógico que requiere y promueve la creatividad, una metodología activa y una formación integral. “El planteamiento de un caso es siempre una oportunidad de aprendizaje significativo y trascendente en la medida en que quienes participan en su análisis logran involucrarse y comprometerse tanto en la discusión del caso como en el proceso grupal para su reflexión.”<sup>2</sup>

Al momento del cierre del cuatrimestre se realizará una ponderación entre las diferentes instancias de evaluación antes descriptas, para definir la promoción del alumno regular.

Para aprobar el cursado de la presente asignatura los alumnos deben cumplimentar las condiciones y los requisitos de:

En el transcurso del dictado de la Asignatura se realizarán:

- Examen Parcial Escrito: La finalidad del mismo es confrontar el nivel de integración de los conceptos teóricos abordados. El examen será en forma escrita e individual. En caso de ser desaprobado, el alumno tendrá una instancia de recuperatorio a efectuarse como mínimo a los cinco (5) días hábiles después de la publicación de los resultados (Ordenanza C.S. UNCo Nº 640/96).
- Trabajos Prácticos: Se realizarán trabajos prácticos grupales e individuales, en relación a las unidades temáticas propuestas en el programa de la asignatura.

<sup>2</sup> El estudio de casos como técnica didáctica. *Las Estrategias y Técnicas Didácticas en el Rediseño*. Dirección de Investigación y Desarrollo Educativo. Vicerrectoría Académica, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

#### a. ALUMNOS REGULARES

##### Clases y Trabajos Prácticos

- Asistencia al ochenta por ciento (80%) de clases teóricas y prácticas.
- Aprobación del 80% de los trabajos prácticos grupales y/o individuales.

##### Examen Parcial

- Aprobación de dos parciales o sus respectivos recuperatorios (Con nota no inferior a seis), en los que se propone a los estudiantes desarrollar sus habilidades tales como: el análisis, síntesis y evaluación de la información, posibilitando también el desarrollo del pensamiento crítico, y la toma de decisiones, además de otras actitudes y valores como la innovación y la creatividad.

##### Trabajo Final Integrador

- Presentación escrita al finalizar el cuatrimestre de un trabajo integrador, sobre el análisis de un caso acordado en forma previa entre la asignatura y el estudiante. A través de la aplicación de la técnica de estudio de casos, se le proporciona al estudiante una serie de situaciones problemáticas diversas de la vida real para que se estudien y analicen. De esta manera, se pretende entrenar a los alumnos en la generación de soluciones para su futura práctica profesional.

##### Examen Final

- Instancia de examen final para alumnos regulares de la materia, de acuerdo a las ordenanzas vigentes.

#### b. ALUMNOS PROMOCIONALES

##### Clases y Trabajos Prácticos

- Asistencia al ochenta por ciento (80%) de clases teóricas y prácticas.
- Aprobación del cien por cien (100%) de trabajos prácticos grupales y/o individuales.

##### Examen Parcial

- Aprobación de parciales (Sin recuperatorios con nota igual o superior a 7 - Siete), en los que se propone a los estudiantes desarrollar sus habilidades tales como: el análisis, síntesis y evaluación de la información, posibilitando también el desarrollo del pensamiento crítico, y la toma de decisiones, además de otras actitudes y valores como la innovación y la creatividad.

##### Trabajo Final Integrador

- Presentación escrita al finalizar el cuatrimestre de un trabajo integrador con nota igual o superior a 7 (Siete), sobre el análisis de un caso acordado en forma previa entre la asignatura y el estudiante. A través de la aplicación de la técnica de estudio

<b>DEPARTAMENTO:</b> Servicios Turísticos	
<b>ÁREA:</b> Servicios Turísticos. Orientación: Prestaciones Turísticas	
<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> Presencial	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019

de casos, se le proporciona al estudiante una serie de situaciones problemáticas diversas de la vida real para que se estudien y analicen. De esta manera, se pretende entrenar a los alumnos en la generación de soluciones para su futura práctica profesional.

**c. ALUMNOS LIBRES**


- d. Presentación y aprobación de un trabajo práctico integrador de las mismas características del explicitado para la promoción, quince días previos a la fecha de examen.
- e. Aprobación del examen escrito y oral en las fechas establecidas en calendario académico.

**6. CRONOGRAMA TENTATIVO**

- a. FECHAS TENTATIVAS DE EVALUACIONES PREVISTAS  
7/5 y 18/6

**7. DISTRIBUCIÓN HORARIA**

- a. DIAS, HORARIO Y AULA DE CURSADO  
Lunes y martes – 10,30 a 13,30 hs. – Aula 2
- b. CANTIDAD DE HORAS SEMANALES DEDICADAS A CLASES TEÓRICAS  
Las clases son teóricas / prácticas
- c. CANTIDAD DE HORAS SEMANALES DEDICADAS A CLASES PRÁCTICAS
- d. DÍAS, HORARIO Y LUGAR DE ATENCIÓN DE ALUMNOS DE CADA INTEGRANTE DE CÁTEDRA  
Martes y miércoles 15 a 17 hs. AUSMA

<p>FIRMA ENCARGADO/A DE CATEDRA:</p> 	<p>FIRMA DIRECTOR/A DE DEPARTAMENTO:</p>
--	--