



POSADAS, 29 FEB 2016

**VISTO:** El Expediente CUDAP: Exp. S01:0001162/15, por el cual la Facultad de Ciencias Económicas eleva la Resolución CD N° 180/15, en la que se aprueba la propuesta de Creación de la Carrera "Técnicatura Universitaria en Administración de Emprendimientos Turísticos" con su correspondiente Plan de Estudios; y,

**CONSIDERANDO:**

**QUE,** la ubicación geográfica de la provincia de Misiones, los recursos naturales, culturales y la creciente actividad turística, hacen necesaria la generación de conocimiento académico tendiente a capacitar técnicos especializados en rubros concretos como la gestión y administración de emprendimientos turísticos.

**QUE,** la propuesta de carrera de Pre-grado "Técnicatura Universitaria en Administración de Emprendimientos Turísticos" se desarrolla a fin de contribuir a la solución de problemas centrales que demandan técnicos especializados capaces de abordar temáticas necesarias para el desempeño adecuado para la asistencia y manejo de empresas turísticas.

**QUE,** dicha carrera se sustenta en un trabajo previo de análisis de las necesidades locales y regionales para determinar la oferta educativa requerida en la provincia.

**QUE,** analizado el Plan de Estudios, la Secretaría General Académica, a fs. 41, realiza observaciones y sugerencias tendientes a optimizar la presentación y las pone a consideración de la Comisión de Enseñanza y de la Dirección de la Carrera, expresando que no tiene otras objeciones que formular a la propuesta, ya que cumple con los requisitos exigidos por la reglamentación vigente.

**QUE,** a fs. 42, la Comisión de Enseñanza del Consejo Superior, en su Despacho N° 040/15, sugiere aprobar la propuesta de creación de la citada Carrera.

**QUE,** el tema fue tratado y aprobado por unanimidad de los Consejeros presentes, en la 8ª Sesión Ordinaria/15 del Consejo Superior, realizada el día Miércoles 16 de Diciembre de 2015.

Por ello:

**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES  
RESUELVE:**

**ARTICULO 1º.- APROBAR** la creación de la Carrera "Técnicatura Universitaria en Administración de Emprendimientos Turísticos" que se desarrollará en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Misiones.-

**ARTICULO 2º.- APROBAR** el Plan de Estudios que como Anexo I forma parte de la presente Resolución.-

**ARTICULO 3º.- OTORGAR** el título de "Técnico Universitario en Administración de  
//...



MINISTERIO DE EDUCACIÓN  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES  
CONSEJO SUPERIOR  
CAMPUS UNIVERSITARIO - RUTA 12 - KM - 7 1/2  
MIGUEL LANÚS - 3304 - POSADAS - MISIONES

2016 - "Año del Bicentenario de la Declaración de la Independencia Nacional"

POSADAS, 29 FEB 2016

...//Emprendimientos Turísticos" a quienes cumplimenten los requisitos fijados en el respectivo Plan de Estudios.-

**ARTICULO 4º.- SOLICITAR** al Ministerio de Educación de la Nación el reconocimiento oficial y validez nacional del título mencionado en el artículo anterior.-

**ARTICULO 5º.- AUTORIZAR** a la Facultad de Ciencias Económicas para que, por Resolución de su Consejo Directivo, fije el respectivo régimen de correlatividades, las equivalencias con otros planes, el ordenamiento cronológico de las asignaturas y los regímenes de enseñanza, evaluación y promoción. Los componentes del Plan antes mencionados que se modifiquen deberán ser comunicados a la Secretaría General Académica en un período no mayor de 10 (diez) días hábiles a partir de su sanción y por su intermedio, al Consejo Superior. (Ordenanza N° 038/00).-

**ARTICULO 6º.- REGISTRAR, Comunicar y Cumplido, ARCHIVAR.-**

**RESOLUCIÓN CS N° 003 16**  
Smd/GF

  
**Dr. Ambrosio César LAFUENTE**  
Docente Regular  
a/c Secretaría del Consejo Superior  
Universidad Nacional de Misiones

  
**Mgter. Javier GORTARI**  
Presidente Consejo Superior  
Universidad Nacional de Misiones



MINISTERIO DE EDUCACIÓN  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES  
CONSEJO SUPERIOR  
CAMPUS UNIVERSITARIO - RUTA 12 - KM - 7 1/2  
ESTAFETA MIGUEL LANUS - 3304 - POSADAS - MISIONES

2016 – “Año del Bicentenario de la Declaración de la Independencia Nacional”

ANEXO RESOLUCION CS Nº

003 16

**CARRERA:**

**TECNICATURA UNIVERSITARIA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESARIOS TURÍSTICOS**

**DATOS GENERALES**

**Denominación de la Carrera:** TECNICATURA UNIVERSITARIA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESARIOS TURÍSTICOS

**Título que otorga:** TÉCNICO UNIVERSITARIO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESARIOS  
TURÍSTICOS

**Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Económicas - UNaM

**Nivel:** Carrera de pre-grado (Técnico Instrumental)

**Duración:** 3 años (1.800 hs.)

**Carácter:** Permanente

**FUNDAMENTACIÓN**

La ubicación geográfica de la provincia de Misiones la posiciona estratégicamente, además de enriquecerla en cuanto a los recursos naturales y culturales. Esto dio lugar a un gran crecimiento de la explotación de la actividad turística, resultando de importancia la implementación de estudios vinculados a dicha actividad.

La presente propuesta tiene como fin dar respuesta a parte de los requerimientos y necesidades que la provincia de Misiones ha venido manifestando en estos últimos años y, en particular, a un sector de la economía relacionada con el turismo, formando profesionales especializados en espacios y rubros concretos como lo son la gestión y administración de emprendimientos turísticos, capaces de analizar la realidad en la que debe actuar y elaborar propuestas alternativas ante situaciones cambiantes que debe enfrentar. Actualmente, esto resulta imprescindible, dado que la demanda de personal capacitado y con competencias en el rubro es creciente, en cuanto a la administración y toma de decisiones, valores que hoy el sector requiere como una cuestión imprescindible.

En cuanto a la hotelería, Iguazú se destaca por contar con aproximadamente 10.000 camas, distribuidas en diferentes características y categorías, (258 establecimientos registrados por el Ministerio de Turismo de Misiones) con más de 3.000 habitaciones y con un personal ocupado en puestos de mando, de 1.942 personas, todos datos del año 2014.

Hotelería de nivel internacional, posadas, hosterías, cabañas, residenciales y hostels, integran esta variada oferta de servicios de alojamiento y los campings permanecen abiertos todo el año, sumado a la variada oferta de actividades y servicios que hoy Iguazú ofrece al turismo, tanto nacional como internacional, establecimientos de tipo gastronómico y empresas de turismo que brindan y ofrecen servicios varios.

La provincia se posiciona en el sector Turismo de Reuniones con una fuerte apuesta en las tres ciudades de frontera, siendo Iguazú líder en la organización de este tipo de actividades; a



MINISTERIO DE EDUCACIÓN  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES  
CONSEJO SUPERIOR  
CAMPUS UNIVERSITARIO - RUTA 12 - KM -7 1/2  
ESTAFETA MIGUEL LANUS - 3304 - POSADAS - MISIONES

ANEXO RESOLUCION CS N°

003 16

nivel nacional, durante el año 2013, se llevaron a cabo 43 reuniones, según el Anuario del Observatorio Económico del Turismo de Reuniones.

Por ello, la Universidad participa muy activamente en el abordaje de esta problemática, ya que tiene asumido el compromiso con la sociedad a través del desarrollo de propuestas innovadoras, intentando superar la marginalidad, el desempleo, la falta de oportunidades y que contribuyan al crecimiento de la economía principalmente de la provincia y, en consecuencia, al aumento de la competitividad nacional en sintonía con la creciente presión de la globalización de la economía mundial.

La ciudad de Iguazú, según datos de Iguazú Convention Bureau, dispone actualmente de 55 salones distribuidos en 10 hoteles con una plaza para 9.000 personas aproximadamente. Ante este escenario, la Universidad propone la creación de esta nueva carrera dependiente de la Facultad de Ciencias Económicas (UNaM), que formará parte de la actual oferta que la misma brinda al mercado; la localización en la ciudad de Puerto Iguazú es un punto fuerte que indica la sustentabilidad de la misma.

Los estudios de tecnicaturas universitarias han demostrado en los últimos años que tienen rápidas y adecuadas salidas laborales y, que sus diseños, responden a las necesidades y demandas locales o regionales, focalizándose en las áreas de vacancia que se detecten. Asimismo, dichos proyectos de carreras cuentan con una acción orgánica planificada entre el gobierno nacional, los gobiernos provinciales, municipales y las universidades.

La propuesta de carrera de Pre-grado “Tecnicatura Universitaria en Administración de Emprendimientos Turísticos” se desarrolla a fin de contribuir a la solución de esos problemas centrales, en lo que respecta a la formación de técnicos especializados capaces de abordar temáticas necesarias para el desempeño adecuado para la asistencia y manejo de empresas turísticas.

La carrera Tecnicatura Universitaria en Administración de Emprendimientos Turísticos, se sustenta en un trabajo previo de análisis de las necesidades locales y regionales para determinar la oferta educativa requerida en la provincia.

Además de mejorar la oferta académica de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Misiones con la implementación de una nueva alternativa a las carreras de pre-grado orientada a la gestión de emprendimientos turísticos, también se considera que contribuirá a la solución de dos de los problemas centrales de la sociedad actual: el desempleo y la falta de capacitación de los trabajadores del sector turístico, ya sea en empresas en formación o en aquellas que se encuentran funcionando.

## FINALIDAD

La profesión en Turismo ha evolucionado, desde sus inicios a hoy, alcanzando un alto grado de desarrollo, como así también la Actividad Turística en Argentina. La misma, actualmente ha incorporado nuevas tendencias, formas de comercializar los servicios y de entender al cliente, haciendo que la oferta académica actual también deba regenerarse atendiendo estas nuevas necesidades del mercado.

Esta propuesta académica de Pre-grado, además de atender a los lineamientos planteados, se enfatiza en la generación de un conocimiento académico tendiente a capacitar y



desarrollar las actividades vinculadas con la Administración, como valores de la nueva oferta académica en nuestra provincia.

Por ello, la Tecnicatura Universitaria en Administración de Emprendimientos Turísticos, tiene por finalidad generar un técnico capacitado en una especialización que aún no existe en la provincia, de carácter universitario, de ejercicio laboral específico en el campo turístico y hotelero, aplicable a las distintas situaciones de las gestiones de las empresas turísticas. Esta especialidad es, cada día, más requerido por los complejos hoteleros y empresarios sobre todo, chicos y medianos, de dichas actividades y, por lo tanto, profesionales que estén formados para desarrollar asistencia en la gestión de empresas turísticas, con la responsabilidad social de la actualidad que ello implica.

Además, la carrera aborda temas vinculados con áreas de administración, costos, organizaciones, contabilidad y finanzas, derecho, técnicas de comunicación publicitaria, marketing con una visión sustentable, que se complementan con las herramientas tecnológicas suficientes y necesarias para el nivel de pre-grado; todo ello, para el desarrollo laboral, tanto en forma individual como grupal, con la correspondiente responsabilidad social y con un propósito eminentemente de capacitación específica.

## PERFIL DEL TÍTULO

El Técnico Universitario en Administración de Emprendimientos Turísticos, en relación a los objetivos formulados, tendrá los siguientes conocimientos, capacidades y habilidades:

- ✓ Capacidad y conocimiento suficientes para desempeñarse en el campo de la gestión empresarial turística en un nivel técnico instrumental.
- ✓ Conocimientos y habilidades en las áreas de administración, derecho, marketing, economía y finanzas, suficientes y necesarios para el nivel de pre-grado.
- ✓ Capacidad de trabajar, tanto en forma individual como grupal, en proyectos de organizaciones turísticas a crearse y en funcionamiento.
- ✓ Capacidad para cumplir con las disposiciones legales referidas al turismo y el cuidado de los recursos naturales y culturales.
- ✓ Conocer y adecuarse a la modalidad de prestación de los servicios turísticos y hoteleros, con base en los estándares de calidad establecidos, responsabilidad social, principios éticos y de sustentabilidad, para satisfacer las necesidades del mercado y el cuidado y la preservación del medio ambiente y la cultura.
- ✓ Capacidad para comunicarse con efectividad en más de una lengua y para utilizar eficazmente las tecnologías de la información y comunicación aplicadas al desarrollo de su actividad profesional.
- ✓ Capacidad para asistir en la planeación e instrumentación de proyectos de empresas turísticas, a fin de contribuir en la creación de alternativas sustentables para el sector, así como aplicar y adecuar convenientemente las herramientas tecnológicas de vanguardia de la actividad turística.



MINISTERIO DE EDUCACIÓN  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES  
CONSEJO SUPERIOR  
CAMPUS UNIVERSITARIO - RUTA 12 - KM - 7 1/2  
ESTAFETA MIGUEL LANUS - 3304 - POSADAS - MISIONES

ANEXO RESOLUCION CS N°

003 16

### ALCANCES DEL TÍTULO:

Finalizada la carrera de Tecnicatura Universitaria en Administración de Emprendimientos Turísticos, el egresado podrá:

- Desempeñar puestos de carácter técnico en empresas turísticas.
- Asistir a profesionales de grado en las disciplinas del campo del turismo.
- Desempeñar actividades de comercialización turística, tanto en el orden interno, como regional, internacional, en especial en el ámbito del MERCOSUR.
- Participar en la organización y diseño de congresos, exposiciones, ferias, eventos, etc.
- Preparar y procesar documentaciones y registraciones para la habilitación y reestructuraciones de empresas turísticas bajo la supervisión del profesional de grado.
- Colaborar con los profesionales en aspectos referidos a administrar y gestionar empresas turísticas, hoteleras, agencias de viajes, de transporte de pasajeros y actividades relacionadas con los diferentes destinos turísticos.
- Desempeñar la representación técnica de empresas, organismos y entidades relacionadas directamente a la actividad hotelera y de agencias de viajes (Ley 18.829).
- Colaborar en la organización de eventos y congresos en el marco de las empresas o en forma particular, a modo de emprendedurismo.

**MODALIDAD:** Presencial

### REQUISITOS DE INGRESO A LA CARRERA

- Aspirantes que posean como mínimo título de nivel medio inmediatamente inferior al nivel terciario, reconocido por la autoridad educativa nacional o provincial y que se ajusten a lo establecido en el Art.4° de la Ley N° 27204.
- Extranjeros que hayan cumplido los requisitos de reválida de título según la legislación vigente en la República Argentina y las normas de admisión que rijan en la Universidad Nacional de Misiones.
- Prerrequisito para el cursado de asignaturas del primer año: asistencia a cursos de nivelación según las normas generales que se fijan en la Unidad Académica.

### PRESUPUESTO DE TIEMPO

La estructura de la carrera consta de 3 (tres) años de duración, de dos (2) cuatrimestres cada uno; tiene por objeto perfeccionar la salida laboral en esa área específica. El total de horas del Plan de Estudios es de 1.800 hs., divididas en 640 hs. para el 1° año, 600 para el 2° año y 560 hs. para el 3° año; éste último incluye la asignatura extracurricular y el Trabajo Final Integrador.

**ESTRUCTURA CURRICULAR****Primer Año**

Cod.	Asignatura	Anual/ Cuatrimest.	Hs. Sem Teóricas	Hs. Sem Prácticas	Total Hs. (1)	Código de la correlativa anterior (deberá haber aprobado)
1.1	Curso Introductorio al Turismo y al Emprendimiento Turístico	1C	2	1	40	
1.2	Administración de Empresas Turísticas	A	2	2	120	
1.3	Tecnologías Aplicadas al Turismo I	1C	2	2	60	
1.4	Introducción a la Contabilidad y Finanzas	1C	2	2	60	
1.5	Fundamentos de la Economía Turística	1C	2	2	60	
1.6	Estadística	2C	2	2	60	
1.7	Inglés I	2C	2	2	60	
1.8	Portugués I	2C	2	2	60	
1.9	Taller de Planificación de Congresos y Eventos	2C	4	4	120	
	<b>TOTAL HORAS 1er. Año</b>				<b>640</b>	

**Segundo Año**

Cod.	Asignatura	Anual/ Cuatrimest.	Hs. Sem Teóricas	Hs. Sem Prácticas	Total Hs. (1)	Código de la correlativa anterior (deberá haber aprobado)
2.1	Régimen Fiscal del Emprendimiento Turístico	1C	2	2	60	1.9
2.2	Tecnologías Aplicadas al Turismo II	1C	2	2	60	1.3
2.3	Marketing Turístico	1C	2	2	60	1.3, 1.6
2.4	Costos Aplicados a Servicios Turísticos	1C	2	2	60	1.2, 1.4
2.5	Introducción al Derecho Turístico	1C	2	2	60	1.2
2.6	Comportamiento del Consumidor	2C	2	2	60	1.2, 1.5



MINISTERIO DE EDUCACIÓN  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES  
CONSEJO SUPERIOR  
CAMPUS UNIVERSITARIO -RUTA 12 -KM -7 1/2  
ESTAFETA MIGUEL LANUS - 3304 - POSADAS - MISIONES

2016 – “Año del Bicentenario de la Declaración de la Independencia Nacional”

ANEXO RESOLUCION CS Nº

003 16

2.7	Inglés II	2C	2	2	60	1.7
2.8	Portugués II	2C	2	2	60	1.8
2.9	Taller Oportunidades Turísticas Innovadoras	2C	4	4	120	1.9
<b>TOTAL HORAS 2do. Año</b>					<b>600</b>	

### Tercer Año

Cod.	Asignatura	Anual/ Cuatrimest.	Hs. Sem Teóricas	Hs. Sem Prácticas	Total Hs. (1)	Código de la correlativa anterior (deberá haber aprobado)
3.1	Gestión de Unidades de Negocios Turísticos	1C	2	2	60	2.3, 2.6
3.2	Turismo, Desarrollo Sostenible y Responsabilidad Social	1C	2	2	60	2.1, 2.5
3.3	La Comunicación Turística y las Redes Sociales	1C	2	2	60	2.2, 2.3, 2.4, 2.6
3.4	Taller de Creación de Emprendimientos Turísticos	1C	4	4	120	2.9
SUB TOTAL 1 C					300	
Requisito Extracurricular *						
3.5	Lengua Extranjera	2C	2	2	60	
3.6	Taller Trabajo Final Integrador **	2C	6	6	200	3.4
SUB TOTAL 2 C					260	
<b>TOTAL HORAS 3er. Año</b>					<b>560</b>	
<b>CARGA HORARIA TOTAL</b>					<b>1800</b>	

A=Anual

C1=Primer cuatrimestre

C2=Segundo cuatrimestre

Requisito extracurricular\*: Lengua extranjera (Guarani)



MINISTERIO DE EDUCACIÓN  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES  
CONSEJO SUPERIOR  
CAMPUS UNIVERSITARIO - RUTA 12 - KM - 7 1/2  
ESTAFETA MIGUEL LANUS - 3304 - POSADAS - MISIONES

ANEXO RESOLUCION CS N°

003 16

Carga Horaria: 60 hs. (Asignatura de aprobación obligatoria), incluida en el tercer Año de la carrera

\*Se puede acreditar conocimientos de otro idioma extranjero que no forme parte del plan de estudios, para que sea tomado como equivalencia

\*\* El Trabajo final Integrador: está previsto que se realice después de cursadas todas las asignaturas del plan de estudios.-

Total horas asignaturas obligatorias: 640 (1º año) + 600 (2º año) + 560 (3º año) = 1.800 hs

### **METODOLOGÍA de ENSEÑANZA APRENDIZAJE**

Deductivo – Inductivo – Dinámica de Grupos – Aula Taller

### **RECURSOS HUMANOS (DOCENTES)**

Se afectarán en algunos casos a docentes titulares de cátedra, cada uno con un auxiliar del departamento de Administración de la FCE-UNaM., en aquellas asignaturas que no sean pertinentes al mismo, se podrán afectar a docentes de los otros campos disciplinares restantes (economía, derecho, régimen fiscal, informática, idiomas)

### **CONTENIDOS MÍNIMOS :**

#### **1er. Año**

#### **1.1 Curso Introductorio al Turismo y al Emprendimiento Turístico**

##### **Fundamentación**

Este curso introductorio tiene por finalidad introducir al alumno en conceptos y conocimientos generales acerca del turismo, remarcando la importancia de la generación de emprendimientos en determinados lugares clave, como también dar a conocer las posibilidades de convertir actividades inexploradas en potenciales negocios, siempre dentro de un marco social, lucrativo, sustentable, eficiente. Por ello, es preciso dar a conocer la magnitud y crecimiento de la industria turística y la importancia del turismo en la economía.

##### **Contenidos mínimos**

Nuevos retos del sector turístico. Factores determinantes de la demanda turística. El papel de las organizaciones internacionales en el proceso del desarrollo turístico mundial. Necesidad de lograr la competitividad en la industria turística. Factores clave de la competitividad. Beneficios económicos del turismo. Impactos socioculturales de la actividad turística. Impactos medioambientales del turismo. Enfoque y gestión de la calidad en turismo. Sistemas y marcas de calidad en turismo. Importancia del capital humano en el sector turístico. La Nueva Era del Turismo (NET) y la satisfacción del cliente. Tendencias actuales en la industria turística. El turismo en transformación. Valorar la importancia del turismo para el desarrollo económico y la generación de empleo. Valorar los retos futuros en los que se verá inmerso el negocio turístico.



## 1.2 Administración de Empresas Turísticas

### Fundamentación

Esta asignatura tiene por finalidad desarrollar en el alumno conocimientos sobre la estructura y la organización de las empresas turísticas, los circuitos en el ámbito local, definir la visión y misión de las empresas turísticas. Funcionamiento según el tamaño y características diferenciales que presentan de acuerdo al servicio y actividad que prestan.

### Contenidos mínimos

Teoría del turismo. Concepto de administración. El subsistema de dirección de la empresa turística. La administración de la empresa como proceso. El directivo de la empresa turística. La toma de decisiones de la empresa turística. Particularidades de la administración de empresas turísticas. Dirección de individuos y grupos en la empresa turística. Motivación de los empleados en la empresa turística. El liderazgo en la empresa turística. Concepto de organización. Estructura organizativa de la empresa turística. Partes de la organización de la empresa turística. El diseño de la estructura y de los puestos de trabajo. La descentralización en las organizaciones turísticas. La organización turística y el entorno. Gestión de la pequeña y mediana empresa turística. Documentación necesaria para el desarrollo de un programa turístico.

## 1.3 Tecnologías Aplicadas al Turismo I

### Fundamentación

Esta asignatura tiene como objetivo transmitir al alumno que las nuevas tecnologías puedan generar las oportunidades vinculadas sobre todo para facilitar el desarrollo económico de áreas que antes interesaban menos a los agentes turísticos y que permitan la creación de nuevos servicios. El alumno descubrirá en la tecnología de la información una herramienta de transformación de las organizaciones hacia la competitividad y aprenderá a operar herramientas informáticas que fortalezcan su habilidad y destreza en el desempeño de su profesión.

### Contenidos mínimos

Introducción a la Informática: componentes de la computadora. Periféricos. Dispositivos de almacenamiento. Sistemas operativos: entornos operativos gráficos. Internet. Servicios y tecnología de Internet. Búsqueda de información en la web. Gestión de las comunicaciones (correo, mensajería, agenda, redes sociales). Diseño, organización, edición e impresión de informes y documentos mediante la utilización del procesador de textos y hoja de cálculo electrónica. Generación de presentaciones. Hoja de cálculo avanzada (análisis de datos estadísticos, gestión de tablas). Introducción a las bases de datos.

## 1.4 Introducción a la Contabilidad y Finanzas

### Fundamentación

La asignatura tiene como objetivo que el alumno tome contacto con la técnica contable y las finanzas desde un nivel inicial, considerando especialmente los temas de fundamentos del funcionamiento del sistema de información contable de las organizaciones.

### Contenidos mínimos



Importancia de la información contable para la toma de decisiones y el control patrimonial. Normas contables primarias. Metodología de la registración contable. Sistema de información contable. Principales criterios de medición contable. Aplicación del análisis marginal en la toma de decisiones. Desarrollo del proceso contable y su culminación como hecho generador de informes contables. Exposición de estados contables. Consolidación. Situación financiera. Conceptos de finanzas y finanzas corporativas, de manera tal de comprender el impacto que sobre la empresa turística tiene cualquier tipo de decisión vinculada a temas financieros.

### 1.5 Fundamentos de la Economía Turística.

#### Fundamentación

Como objetivos, esta asignatura persigue incorporar nociones de microeconomía, para visualizar el comportamiento de los agentes económicos individuales, como también realizar un abordaje acerca del impacto del turismo en aspectos macroeconómicos.

#### Contenidos mínimos

Concepto de micro y macroeconomía con un enfoque orientado a la problemática empresarial. Revisión de conceptos. Desarrollo y aplicación de conceptos agregados como: renta nacional, consumo, ahorro, inversión, índices de precios, etc. Efectos del turismo en la economía local, regional y nacional. Estructuras de mercado y categorías de competencia. Poder de mercado y competencia efectiva. Cambio tecnológico. Oferta y demanda turística. Grupos de presión. Curvas de análisis.

### 1.6 Estadística

#### Fundamentación

Esta asignatura se incluye en el plan de estudios de la tecnicatura, ya que la misma otorga un marco referencial para realizar estudios con bases estadísticas en las áreas de economía, finanzas, sistemas de administración y mercadotecnia, donde quede identificado el universo de estudio y la muestra.

#### Contenidos mínimos

Consideraciones generales para la obtención de datos. Selección de muestras representativas. El dato y sus componentes, niveles de medición. Organización de la matriz de datos. Recursos tabulares, gráficos y numéricos para la descripción de datos cualitativos y cuantitativos. Recursos tabulares, gráficos y numéricos para el análisis de relación entre variables cualitativas y cuantitativas.

### 1.7 Inglés I

#### Fundamentación

A través de los contenidos propuestos, se busca que los estudiantes accedan al aprendizaje de áreas lexicales y formatos discursivos específicos y a una reflexión sobre el lenguaje que les permita optimizar los recursos alcanzados.

Esta propuesta de trabajo se sustenta de manera primordial en la necesidad que tienen los destinatarios del mismo, de acreditar conocimientos del idioma inglés.



### Contenidos mínimos

Vocabulario básico: saludos. Presentación personal. Datos personales. Tratamiento formal e informal. Ubicación. Expresiones de lugar. La organización de viajes, itinerarios, grillas horarias, agendas. El mundo de los negocios: compañías, organizaciones, áreas y departamentos; el lugar de trabajo; conversaciones laborales y sociales. Empleo: solicitud de empleos, descripción de trabajos, condiciones y contratos. Uso del teléfono en el ámbito laboral.

Comunicación oral: competencias comunicativas: reuniones, expresiones formales e informales; Publicidad, ventas, promociones, avisos.

### 1.8 Portugués I

#### Fundamentación

El dictado del idioma portugués en la formación de los futuros técnicos en emprendimientos turísticos, cobra importancia por la especialidad de que se trata. En el contexto de integración económica, social, política y cultural de los países del Cono Sur está implícita también una necesidad de integración lingüística, en la cual el aprendizaje del portugués es un objetivo prioritario.

Con el dictado del idioma Portugués, los alumnos estarán mejor preparados para el manejo de dicho idioma en la tecnicatura.

#### Contenidos mínimos

Vocabulario básico: saludos. Presentación personal. Datos personales. Tratamiento formal e informal. Expresiones de lugar. Frases interrogativas, afirmativas, negativas, etc. Días de la semana, meses y estaciones del año. Planeamiento de actividades diarias. Los numerales. El horario. Expresión de opinión. Profesiones y oficios. Niveles de Lenguaje. Origen de la Lengua Portuguesa. Lenguaje, lengua, habla. Historia regional y general. Análisis, comprensión y traducción de textos con vocabulario específico.

### 1.9 Taller de Planificación de Congresos y Eventos

#### Fundamentación

La planificación y organización de eventos y congresos tiene mucha más fuerza en el abordaje de la empresa turística, por ello, este taller tiene como fin fundamental trabajar aspectos que se derivan del accionar de las empresas turísticas, hoteles o agencias. Facilitar las herramientas para la planificación y gestión de proyectos.

#### Contenidos mínimos

Organización y gestión de eventos. Planificación bureau de congresos, organización de cada uno de los pasos, controles del desarrollo y posteriores al evento. Herramientas para generar alternativas de negocios y mostrarlos como actividades complementarias del turismo. Planificación de alternativas y control.



## 2do. Año

### 2.1 Régimen Fiscal del Emprendimiento Turístico

#### Fundamentación

Esta asignatura trata fundamentalmente los recursos del estado y sistemas tributarios que puedan darse en los diferentes niveles: nacional, provincial y municipal en la Argentina, analizando sobre todo la importancia de los mismos en función de la recaudación y su incidencia en las actividades turísticas.

#### Contenidos mínimos

Nociones Generales. Evasión, elusión y economía de opción. Presión Tributaria. Garantías tributarias en la Constitución Nacional. Distribución de poderes tributarios. Doble imposición interna. Doble imposición internacional. Relación jurídica tributaria: principales características y elementos. Obligación tributaria: elementos: objeto - sujeto - causa. Los responsables: responsabilidades sustituta y solidaria. El domicilio en el derecho tributario. Hecho imponible: naturaleza, distintos tipos; clasificación; aspectos: subjetivo, espacial y temporal. Hecho imponible real y legal. Impuestos a la Renta de los Emprendimientos Turísticos. Impuestos al Patrimonio de los Emprendimientos Turísticos. Impuestos a los Consumos de los Emprendimientos Turísticos. Tasas Municipales sobre los Emprendimientos Turísticos. Organismos de Administración Fiscal. Sanciones a los ilícitos tributarios. Conceptos fundamentales del Proceso Tributario.

### 2.2 Tecnologías Aplicadas al Turismo II

#### Fundamentación

Esta asignatura persigue como objetivo transmitir al alumno los desafíos y las oportunidades de interactuar con las tecnologías que impone el modelo social emergente del uso intensivo de las TIC. Los temas se desarrollarán sobre lo abordado en primer año.

#### Contenidos mínimos

La Web 2.0. Computación en La Nube. Introducción al comercio electrónico en el sector turístico. Los negocios en la nueva economía apoyados en la tecnología. La gestión de la información y de los procesos de negocio de las empresas turísticas: CRM y ERP. Conceptos de marketing digital. El valor de la información en la industria turística. Gestión del Conocimiento en el sector turístico. Herramientas TI clave para el e-Turismo. Gestión del Territorio con TI: Sistemas de Información Geográfica. Nuevas Tecnologías.

### 2.3 Marketing Turístico

#### Fundamentación

Esta asignatura tiene por finalidad profundizar en el estudio en cada una de las variables controlables del mix de marketing por la empresa turística, sin descuidar que su accionar debe ser socialmente responsable; para ello se tendrán en cuenta las técnicas actuales de marketing y, a partir del conocimiento de los diferentes grupos de clientes y consumidores, poder generar ofertas acordes a sus necesidades y deseos.



### Contenidos mínimos

El mix de marketing producto/servicio turístico. El producto turístico, diseño y mejora. Proceso de creación de nuevos productos. Ciclo de vida del producto turístico. La marca. Los servicios en turismo. Precio, criterios y atributos. Las comisiones en turismo. Canales de distribución y logística. Comunicación e impulsión. Publicidad. Promoción. La venta en turismo. Marketing directo. Marketing verde. Calidad en el servicio turístico. La atención al turista. La categorización de los establecimientos turísticos. Modelos de calidad. Programas de fidelización.

### 2.4 Costos Aplicados a los Servicios Turísticos

#### Fundamentación

La asignatura Costos en la estructura del plan de estudios, responde a la capacidad que deberán adquirir los futuros técnicos para entender la preocupación económica a que está sometida la empresa en lo que a costos y resultados se refiere, analizando el impacto que produce en los mismos. La clara separación que se mostrará a lo largo del curso entre las acciones de control y aquellas que forman parte del proceso decisorio, permitirán al alumno observar los distintos campos en los que participan los costos, conociendo los conceptos y mecanismos que optimizan su funcionamiento y dan precisión conceptual a la información que provee.

#### Contenidos mínimos

Costos como herramienta de registro de información y de control.

Aspectos administrativos y de organización de la contabilidad de costos. Control y contabilización de la mano de obra. Incentivos, curva de aprendizaje. Medición del desempeño. Clasificación y control de los costos indirectos, reales y predeterminados. Prorrateso escalonado y Método directo.

Simulador de toma de decisiones o business game. Los costos y la competitividad de la empresa. Costos de productos y servicios turísticos desde la perspectiva de la dirección de empresas.

Costo de oportunidad, Costos de intereses, Costos incrementales y decrementales.

Costos imputados, Costos de desplazamiento o de sustitución, Costos para la determinación de los precios de venta.

### 2.5 Introducción al Derecho Turístico

#### Fundamentación.

La finalidad de la asignatura es brindar conocimientos que permitan interpretar el marco jurídico en el que se desarrolla la actividad turística y hotelera, comprendiendo y aplicando los conocimientos adquiridos a situaciones reales, formulando hipótesis, contrastando relaciones, comparando evidencias, como así también logrando el conocimiento y la comprensión del funcionamiento de los diferentes institutos jurídicos y de los contratos comerciales y sus consecuencias legales en el ámbito empresarial.

#### Contenidos mínimos

Estudio de la persona, los Derechos Patrimoniales, los Derechos Personales y Reales, el hecho y el acto jurídico. Estudio de las modalidades, técnicas y procedimientos contractuales modernos. Derecho y empresa. Contratos de empresas: Leasing. Fideicomiso. Sociedades comerciales.



Franquicias. Legislación turística, gastronómica, hotelera, agencias de viaje: LEY NACIONAL DE TURISMO N° 25.997; Convenios gastronómicos que hablan sobre los derechos del trabajador gastronómico, hotelero, turístico y afines: UTHGRA - FEHGRA Nro. 389/04; UTHGRA - CACYR - CAECSACPA Nro. 401/05; UTHGRA - FADAPH Nro. 397/04; UTHGRA - AHT Nro. 362/03. Ley nacional de turismo, Derechos del consumidor y de responsabilidad social empresaria.

## 2.6 Comportamiento del Consumidor

### Fundamentación

El objetivo de esta asignatura es entender sobre la subdivisión del mercado en subgrupos homogéneos de clientes. Propone estudiar las complejas diferencias en los consumidores, viajeros o consumidores por negocios frente a quien consume por turismo o placer. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. La segmentación adecuada del mercado, es un elemento de éxito de las empresas. Es un proceso donde se estudia un segmento de mercado a personas con necesidades semejantes. Para ello, es necesario estudiar el comportamiento del consumidor que tiene que ver, no solo con lo que los consumidores adquieren, sino con las razones por las que compran, cuándo, dónde, cómo y con qué frecuencia lo hacen. Por ello, el objetivo es hacer un estudio del comportamiento que incluyen factores culturales, personales y psicológicos, para así establecer un buen estudio de mercado y conocer las exigencias del consumidor.

### Contenidos mínimos.

El comportamiento del consumidor. Los factores que influyen en el comportamiento del consumidor turístico. El comportamiento del consumidor en las distintas culturas. El proceso de decisión de compra y pos-compra. Identificación de segmentos de mercados. Criterios de segmentación. Posicionamiento. Diferenciación del producto turístico. Técnicas de investigación de mercados. Ventajas de la segmentación; las necesidades no satisfechas de los consumidores. Criterios de segmentación en los mercados turísticos. La heterogeneidad en consumidores turísticos. Segmentos de acuerdo a las tendencias actuales. Turismo temático, mercados propicios. Segmentación según los distintos niveles socioeconómicos, culturales, profesionales, etc.

## 2.7 Inglés II

### Fundamentación.

La asignatura Inglés en el segundo año de la tecnicatura contempla la preparación armónica y global del alumno, teniendo como base los conocimientos incorporados en el primer año.

A través de los contenidos propuestos se busca que los estudiantes accedan al aprendizaje de áreas lexicales y formatos discursivos específicos y a una reflexión sobre el lenguaje que les permita optimizar los recursos alcanzados.

### Contenidos mínimos

Referencias sobre el mundo de la información: compañías y organizaciones. La comunicación oral en las organizaciones. Llamadas telefónicas; lenguaje formal e informal. La comunicación escrita: redacción de informes, cartas formales, memos; e-mails; folletos. El Cv y el resume. Preparación e interpretación de gráficos y diagramas. El comercio internacional. Diálogo multicultural.



## 2.8 Portugués II

### Fundamentación

La asignatura Portugués en el segundo año de la tecnicatura pretende la preparación armónica y global del alumno, teniendo como base los conocimientos incorporados en el primer año, priorizando la comunicación y la interrelación entre los participantes, propiciando el uso de la lengua portuguesa en el acto del habla.

### Contenidos mínimos

Anuncios turísticos y económicos. Certificado. Carta Comercial. Carta Oficial. Circular. Números ordinales. Contrato. Modelo de Contrato de Prestación de servicios. Currículum Vitae. Formación del plural. Narración y redacción. Elementos de la narración. Tipos de narración. Reconocimiento de lugares turísticos.

## 2.9 Taller de Oportunidades Turísticas Innovadoras

### Fundamentación

La asignatura tiene por objetivo brindar los conocimientos sobre las nuevas formas de turismo y, a la vez, las herramientas para la creación de nuevos circuitos turísticos y para realizar el análisis de oportunidades locales y regionales a la luz del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable y los distintos Programas de desarrollo y promoción existentes en la órbita del Ministerio de Turismo de la Nación. Así también, identificar las múltiples ventajas que ofrece Internet como canal de promoción del negocio y como generador de oportunidades.

### Contenidos mínimos

Tendencias de la Imagen Empresarial. Ecoturismo, turismo cultural, turismo gastronómico, turismo verde, turismo temático, turismo aventura entre otros. Creatividad en el turismo, ante los nuevos paradigmas. Relación entre la cultura y alimento; el arte culinario como forma creativa de preparar los alimentos dentro de un contexto cultural, social e histórico.

## 3er. Año

### 3.1 Gestión de Unidades de Negocios Turísticos

#### Fundamentación

Esta asignatura brindará al alumno herramientas referidas a temas que se relacionen con el mercado y su vinculación con la empresa turística dividida en diferentes unidades de negocios, poniendo especial énfasis en la hotelería, como parte integrante que sostiene a cualquier actividad turística, al ser considerada como la principal unidad de negocio para el descanso del pasajero/huésped/viajero/turista. Este es el sector que da origen a todo el circuito interno del establecimiento hotelero: el área de recepción y otras áreas necesarias para dar respuesta a la demanda de una persona que sale más de 24 hs de su lugar de origen (alojamiento y alimentación entre otros).

#### Contenidos mínimos



Definición y diferencia entre la empresa y cada unidad de negocio. Línea de productos y servicios de la empresa turística. Políticas de comercialización, investigación y desarrollo de productos turísticos. Hoteles. Organización Hotelera: fines turísticos, de negocios, ocasionales, etc. Relaciones Públicas en los hoteles. Gestión de la Calidad en Servicios Hoteleros. Participación en Jornadas y Congresos. Marketing Hotelero. Políticas de relaciones laborales y personal. Clima organizacional deseado. Ingeniería y Mantenimiento de Hoteles. Ventas y Comercialización. Higiene en Operaciones Hoteleras. Arquitectura y Decoración de Hoteles y Restaurantes. Housekeeping. Cocina y Gastronomía.

### **3.2 Turismo, Desarrollo Sostenible y Responsabilidad Social**

#### **Fundamentación**

Esta asignatura pretende incorporar información acerca de la gestión medioambiental en la empresa turística, como también en lo referido al impacto medioambiental de la actividad turística. Trata temas vinculados a la selección y propuesta de indicadores de sostenibilidad para la planificación y gestión de espacios turísticos.

#### **Contenidos mínimos**

Concepto de medio ambiente, desarrollo sostenible y turismo. Pasaporte verde: una meta ecológica en turismo, producción y consumo sostenible. El cambio climático y los efectos en el turismo. Evaluación regional de los contaminantes climáticos de vida corta. Corredores turísticos en la región. Indicadores para la medición de desarrollo sostenible. El estado y la respuesta de los indicadores ambientales. Proceso de información turística: sectoriales y de destino.

Instrumentos y técnicas de gestión del turismo sostenible. Progresiva incorporación de los sistemas de gestión ambiental a las empresas turísticas. Espacios turísticos. Sistemas de gestión.

### **3.3 La comunicación turística y las redes sociales**

#### **Fundamentación**

La finalidad de la materia implica que el alumno comprenda las distintas variantes de la comunicación que utiliza una organización turística, destacando la importancia de la comunicación turística virtual.

El sector turismo es una de las actividades que en la economía mundial presenta el mayor crecimiento; por ello, se hace necesario incluir temas a fin de estar a la altura de la gran competencia de cada uno de los destinos turísticos o empresas turísticas. Análisis del funcionamiento de cada componente y su influencia en el mercado.

#### **Contenidos mínimos**

El mix de comunicación de marketing integral: publicidad, promoción de ventas, fuerza de ventas, relaciones públicas. La publicidad en diferentes soportes reales y virtuales: Publicidad on line, ventanas emergentes y sumergidas. La promoción en ferias turísticas. La promoción de la oferta turística, los prescriptores y el público en general. Promoción de ventas dirigidas a los intermediarios. La fuerza de ventas, las misiones comerciales. La función de las Relaciones Públicas: su gestión en momentos críticos. Contexto, elección y uso de las redes sociales. Videos



y más allá de los youtube. Portales y lugares de viajes. Herramientas activas. El community manager. Redes generalistas, profesionales y especializadas. Aplicaciones del e-mail marketing.

### **3.4 Taller para creación de emprendimientos turísticos**

#### **Fundamentación**

La finalidad de la asignatura es desarrollar una capacitación que les permita colaborar en la formulación, elaboración y evaluación de emprendimientos turísticos, que permita potenciar al máximo las posibilidades de generar nuevas ideas de proyectos turísticos, resaltando la conveniencia de trabajar en equipos profesionales multidisciplinarios, integrando conocimientos adquiridos en las instancias previas y utilizando como canales, principalmente, los diferentes temas abordados en el plan de estudios.

#### **Contenidos mínimos**

Identificación de oportunidades para el desarrollo de nuevos negocios. Factores externos, factores internos. Evaluación de los potenciales turísticos y el análisis prospectivo de su explotación. Técnicas de comunicación que se puedan aplicar al mundo del turismo. Herramientas para adquirir habilidad para dirigir y gestionar empresas turísticas. Cambios en la oferta y la demanda turística. Estudio de los principales flujos turísticos. El emprendimiento a cargo de Pymes. Benchmarking de metodologías de aplicación. Análisis de emprendimientos exitosos locales y nacionales. Emprendimientos para mercados internos y del exterior. El uso de Internet como herramienta para emprendimientos de nuevos negocios. Servicios de hotelería. La franquicia en el sector turístico. La empresa turística familiar. Aplicación del marketing verde en las empresas turísticas.

### **3.5 Lengua Extranjera: Guaraní**

#### **Fundamentación**

El dictado de la lengua guaraní en la formación de los futuros técnicos en emprendimientos turísticos, cobra importancia por la especialidad de que se trata. En el contexto de integración económica, social, política y cultural de los países del Cono Sur está implícita también una necesidad de integración lingüística.

#### **Contenidos mínimos**

Vocabulario básico: saludos. Presentación personal. Datos personales. Tratamiento formal e informal. Expresiones de lugar. Frases interrogativas, afirmativas, negativas, etc. Días de la semana, meses y estaciones del año. Planeamiento de actividades diarias. Los numerales. El horario. Expresión de opinión. Profesiones y oficios. Niveles de Lenguaje. Origen de la Lengua. Lenguaje, lengua, habla. Historia regional y general. Análisis, comprensión y traducción de textos con vocabulario específico. Comunicación oral: competencias comunicativas.

### **3.6 Taller Trabajo Final Integrador**

El Trabajo Final Integrador reúne los contenidos vinculados con campos desarrollados y organizados en forma de asignaturas temáticas en el Plan de Estudios. Esta obligación académica



MINISTERIO DE EDUCACIÓN  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE MISIONES  
CONSEJO SUPERIOR  
CAMPUS UNIVERSITARIO - RUTA 12 - KM - 7 1/2  
ESTAFETA MIGUEL LANUS - 3304 - POSADAS - MISIONES

ANEXO RESOLUCION CS N°

003 16

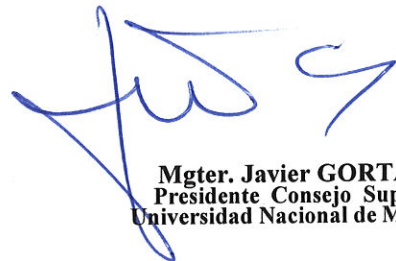
de transferencia profesional se organizó en base a la integración de los diferentes temas abordados durante la carrera.

Para la concreción de esta obligación académica, está previsto que se realice un taller de integración, en el que se formula el TFI de la carrera; la finalidad de esta obligación académica se orienta a dotar al alumno de bases conceptuales, metodológicas e instrumentos específicos para el abordaje operativo de temas básicos para la *organización e implementación de proyectos de emprendimientos turísticos*.

Está previsto que el alumno realice el TFI en las 200 hs, estipuladas para el efecto. El alumno deberá haber aprobado todas las asignaturas que integran el plan de estudios de la carrera, para realizar el TFI.



**Dr. Ambrosio César LAFUENTE**  
Docente Regular  
a/c Secretaria del Consejo Superior  
Universidad Nacional de Misiones



**Mgter. Javier GORTARI**  
Presidente Consejo Superior  
Universidad Nacional de Misiones