

Turismo



Ministerio de Educación y Justicia RESOLUCION N° 238

B-111-N°32760/87

BUENOS AIRES, 30 OCT 1987

VISTO, las presentes actuaciones por las que las autoridades del Instituto Superior de Turismo "PERITO MORENO" (A-770), de Capital Federal, incorporado a la enseñanza oficial, solicitan autorización para modificar el plan de estudios para la carrera de "Técnico Superior en Turismo", Resolución Ministerial N° 1693/82, a partir del término lectivo 1988, y

CONSIDERANDO:

que con la modificación del citado plan se responde a una necesidad de reorganización de planes de estudios para adaptarlos a las necesidades actuales.

Que al posibilitar la capacitación actualizada permitirá cubrir la demanda de profesionales especializados en el área de turismo.

Que la modificación del plan de estudios presentada se ajusta a lo prescripto por el Decreto N° 940/72.

Por ello y de conformidad con lo aconsejado por la Superintendencia Nacional de la Enseñanza Privada,

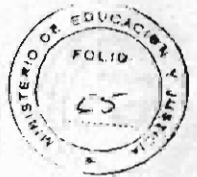
EL MINISTRO DE EDUCACION Y JUSTICIA

RESUELVE:

ARTICULO 1°.- Aprobar, con carácter experimental, las modificaciones del plan de estudios de nivel terciario no universitario para la carrera de "Técnico Superior en Turismo" aprobado por Resolución Ministerial N° 1693/82, que como Anexo, forma parte de la presente resolución.

ARTICULO 2°.- Autorizar la aplicación del plan aprobado en el artículo precedente, en el Instituto Privado Incorporado a la Enseñanza Oficial "PERITO MORENO" (A-770), sito en Piedras 736, de Capital Federal, a partir del término lectivo 1988.

[Handwritten signature]



Ministerio de Educación y Justicia

ARTICULO 3º.- Encomendar a la Superintendencia Nacional de la Enseñanza Privada, el seguimiento, orientación y evaluación de la experiencia, de acuerdo con las pautas que a tal efecto elabore, facultándola asimismo, para aprobar los reajustes curriculares que la práctica determine convenientes.

ARTICULO 4º.- Regístrese y pase a la SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE LA ENSEÑANZA PRIVADA a sus efectos.-

N.M.

I - IDENTIFICACION DEL PROYECTO DE REORGANIZACION DEL PLAN DE ESTUDIOS RESOLUCION MINISTERIAL Nº 1.693/82

- 1.1. Denominación: Formación de profesionales en Turismo
- 1.2. Nivel: Terciario
- 1.3. Modalidad: Técnica
- 1.4. Especialidad: Turismo
- 1.5. Duración del plan de estudios: 3 (tres) años.
- 1.6. Título: Técnico Superior en Turismo
- 1.7. Condiciones de ingreso: Estudios secundarios completos
- 1.8. Responsable directo del ensayo: Instituto Superior de Turismo "Perito Moreno" (A-770).

2 - ESTRUCTURA DEL PROYECTO

2.1. Caracterización del egresado:

Son tareas específicas del "Técnico Superior en Turismo",

2.1.1. En relación con la demanda

- Planificar y organizar viajes y excursiones
- Actuar en la reserva de pasajes
- Actuar en la emisión de pasajes
- Confeccionar tarifas
- Informar y atender al público
- Actuar en la reserva de alojamiento en el sector de hotelaría.

2.1.2. En relación con la empresa en la que presta servicios

- Actuar en el sector Promoción de Ventas, Relaciones Públicas y/o Publicidad de la empresa.



- Supervisar tareas del personal auxiliar
- Formular objetivos, políticas y estrategias de la empresa, determinando el campo operativo y el ámbito en que la misma desarrollará su actividad.
- Planificar los programas de acción a corto, mediano y largo plazo de acuerdo con las posibilidades económico-financieras de la empresa y las demandas del mercado.

3 - COMPETENCIA DEL TÍTULO

Este título habilita para trabajar en relación de dependencia en cualquier de las tareas que le son inherentes, de acuerdo con el campo profesional y las funciones que les fueron asignadas en los puntos 2.1.1. y 2.1.2.

4 - CURRÍCULO

4.1. Objetivos terminales del plan de estudios.

El plan de estudios procura formar un Técnico Superior en Turismo, capaz de:

- . Conducir una empresa turística con eficacia.
- . Asesorar sobre una mejor explotación de los servicios turísticos
- . Investigar el mercado del Turismo para una adecuada planificación.
- . Planificar, programar y evaluar proyectos turísticos de modalidades variadas.

4.2. Estructura del plan de estudios.

El plan está estructurado en 3 (tres) años de duración con 18 (dieciocho) horas semanales por curso.

[Handwritten signatures and initials]

Ministerio de Educación y Justicia

-PRIMER AÑO-

PRIMER CUATRIMESTRE

	Horas
1- Geografía Turística Universal	3
2- Contabilidad	2
3- Inglés Técnico I	3
4- Agencias de Viajes I	2
5- Estadística y Demografía	2
6- Organización de Empresa	2
7- Relaciones Públicas y Humanas	2
8- Teoría del Turismo	2
	<u>18</u>

SEGUNDO CUATRIMESTRE

	Horas
1- Geografía Turística Universal	3
2- Contabilidad	2
3- Inglés Técnico I	3
4- Agencias de Viajes II	3
5- Investigación de Mercado	2
6- Legislación Turística	2
7- Patrimonio Turístico Universal	3
	<u>18</u>

-SEGUNDO AÑO-

PRIMER CUATRIMESTRE

	Horas
1- Geografía Turística Argentina	3
2- Inglés Técnico II	3
3- Información Turística Regional	2
4- Contabilidad de Empresa	2
5- Transportes	2
6- Promoción Turística	2
7- Programación de Circuitos Internacionales	4
	<u>18</u>

SEGUNDO CUATRIMESTRE

	Horas
1- Geografía Turística Argentina	3
2- Inglés Técnico II	3
3- Información Turística Regional	2
4- Contabilidad de Empresa	2
5- Técnica Publicitaria	2
6- Emisión de Pasajes	3
7- Programación de Circuitos Nacionales	3
	<u>18</u>

[Handwritten signatures and initials]



Ministerio de Educación y Justicia

- Supervisar tareas del personal auxiliar de la empresa.
- Formular objetivos, políticas y estrategias de la empresa, determinando el campo operativo y el ámbito en que la misma desarrollará su actividad.
- Planificar los programas de acción a corto, mediano y largo plazo de acuerdo con las posibilidades económico-financieras de la empresa y las demandas del mercado.

3 - COMPETENCIA DEL TÍTULO

Este título habilita para trabajar en relación de dependencia en cualquiera de las tareas que le son inherentes, de acuerdo con el campo profesional y las funciones que les fueron asignadas en los puntos 2.1.1. y 2.1.2.

4 - CURRÍCULO

4.1. Objetivos terminales del plan de estudios .

El plan de estudios procura formar un Técnico Superior en Turismo, capaz de:

- . Conducir una empresa turística con eficacia.
- . Asesorar sobre una mejor explotación de los servicios turísticos.
- . Investigar el mercado del Turismo para una adecuada planificación.
- . Planificar, programar y evaluar proyectos turísticos de modalidades variadas.

4.2. Estructura del plan de estudios

El plan está estructurado en 3 (tres) años de duración con 18 (dieciocho) horas semanales por curso.

[Firma]
180
9
G
M
A



Ministerio de Educación y Justicia

- TERCER AÑO -

<u>PRIMER CUATRIMESTRE</u>		<u>SEGUNDO CUATRIMESTRE</u>	
	Horas		Horas
1- Cálculo de Tarifas	4	1-Cálculo de Tarifas	4
2- Inglés Técnico III	3	2-Inglés Técnico III	3
3- Etica y Deontología Profesional	2	3-Etica y Deontología Profesional	2
4- Información Turística Local	3	4-Hotelería	2
5- Técnica de Ventas	2	5-Práctica Profesional	3
6- Programación de Circuitos Locales	2	6-Programación de Circuitos Locales	2
7- Administración de Empresas de Servicios Turísticos	2	7-Patrimonio Turístico Nacional	2
		<hr/>	
		18	

4.3.4. Régimen de correlatividades

- Inglés Técnico II de Inglés Técnico I
- Inglés Técnico III de Inglés Técnico II
- Programación de Circuitos Internacionales de Geografía Turística Universal
- Programación de Circuitos Nacionales de Geografía Turística Argentina
- Contabilidad de Empresa de Contabilidad
- Agencias de Viajes II de Agencia de Viajes I

5 - ORGANIZACION PEDAGOGICA

5.1. Régimen de asistencia

5.2. Régimen de evaluación

5.3. Régimen de promoción

Se aplicará para resolver estos rubros el Reglamento Orgánico para los Institutos Nacionales del Profesorado Secundario (Decreto 4.205/57) y sus modificaciones, con el siguiente agregado: Podrá matricularse en el año inmediato superior, el alumno que hubiere aprobado, por lo menos la mitad de las asignaturas del curso inmediato anterior. Si el número fuera impar, deberá tener aprobadas la mayoría.



6 - ASIGNATURAS QUE COMPONEN EL PLAN DE ESTUDIOS

6.1. GEOGRAFIA TURISTICA UNIVERSAL

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Comprendan las influencias culturales que ha recibido nuestro país de otros países del mundo.
- Sepan establecer comparaciones entre el medio físico y el humano y de qué manera éstos influyen en el desarrollo del Turismo.
- Valoren el patrimonio natural y cultural que poseen los países estudiados.

CONTENIDOS

- Egipto: Estudio regional del país. Estudio especial de El Cairo.
- Grecia: Estudio regional del país. Estudio especial de Atenas
- Italia: Estudio regional del país. Estudio especial de Venecia. Florencia. Roma. Estado del Vaticano.
- España: Estudio regional del país. Estudio especial de Madrid, Toledo, Barcelona.
- Otras ciudades. Estudio especial de París, Londres, Estambul, Moscú, Leningrado.
- México: Estudio regional del país. Estudio especial de Ciudad de México.
- Perú. Estudio regional del país. Estudio especial de Lima.
- Brasil. Estudio regional del país. Estudio especial de Brasilia. Río de Janeiro.
- Estados Unidos: Estudio regional del país. Estudio especial de Nueva York.
- Israel: Estudio regional del país. Estudio especial de Jerusalén

6.2. CONTABILIDAD

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Identifiquen el vocabulario técnico contable
- Resuelvan problemas aplicados a la Contabilidad, referentes a las técnicas contables.

[Handwritten signature and initials]

- Establezcan relación entre los distintos rubros del balance general.
- Elaboren informes escritos relacionados con temas contables de acuerdo con una empresa de servicios turísticos.

CONTENIDOS

- Manejo de vocabulario técnico contable.
- Conceptos básicos.
- Reconocimiento de cuentas. Resolución de situaciones problemáticas.
- Las cuentas en el procesamiento de datos. Plan de cuentas. Los registros contables. Las fuentes de datos.
- La documentación. Función y clasificación de cada documento.
- Aporte de capital. Tipos de aportes. Registros contables de iniciación de operaciones según los distintos tipos de sociedades.
- Contratación de servicios. Servicio de agentes autónomos y de agentes subordinados. Leyes vigentes. Asignaciones familiares. Remuneraciones y cargas sociales.

6.3. INGLES TECNICO I

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Conozcan con precisión el vocabulario específico inherente a la carrera.
- Adquieran habilidad para expresarse oralmente, en forma clara.
- Adquieran habilidad para leer textos en Inglés

CONTENIDOS

- Arrival. Names. Greetings and Titles. Introductions. Numbers. The alphabet. Situational dialogues.
- At de Reception. Countries and nationalities. Objects. Likes and dislikes. Ordering a meal/drink. Taking an order. Situational dialogues.

VP
9
OK
fmr



- Getting around. Shops and requirements.
Places location. Clock time. Fixed times.
Situational dialogues
- Journeys. Routines. The family. Present continuous tense. The weather.
Situational dialogues.
- Paying the bill. Cash. Traveller's cheques. Credit Cards. Cheques.
Writing messages. Simple future tense.
Situational dialogues.
- Telephoning. Months and dates. Invitations. Suggestions. Opinions.
Giving and taking messages.
Situational dialogues.
- Room services. Complaints about food and services. Laundry.
Translating. Brochures.

6.4. AGENCIAS DE VIAJES I

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Conozcan la estructura de una agencia de viajes y sepan describir las distintas áreas y funciones principales de su personal.
- Conozcan los requisitos a cumplir para la apertura de una agencia de viajes
- Sepan cómo controlar los servicios prestados por terceros.
- Se familiaricen con la terminología propia de una agencia de viajes.

CONTENIDOS

- La agencia de viajes. Concepto. Clasificación de la agencia de viajes según su naturaleza operativa. Inscripción de la agencia de viajes en la DNST. Requisitos y pasos a seguir.
- Organización de una agencia de viajes. Organigramas tipo. Descripción de las distintas áreas. Funciones principales de su personal.
- Papelería impresa de una agencia. Archivo de folletos. Archivo y manejo de la correspondencia.

[Handwritten signature and initials]



Ministerio de Educación y Justicia

- Comisiones de las agencias de viajes.
- Control de los servicios contratados.
- Responsabilidad de la agencia en la contratación de servicios de terceros.
- Tipos de viajes. Los Inclusive Tour Charter (ITC). Charter de una sola entidad y para grupos con una afinidad común.
- Tipos de billetes. Tarifas para excursiones. Billetes de viaje de pago adelantado. Viajes todo incluido. Tarifas económicas. Primera clase. Billeto abierto.
- Turismo receptivo. Responsabilidad del guía. Servicio de transfer.
- Guías impresas de viajes.
- IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo).
- Asociaciones profesionales.
- Terminología básica de las agencias de viajes.

6.5. ESTADISTICA Y DEMOGRAFIA

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Descubran la relación entre Estadística y Demografía, motivando la investigación.
- Utilicen técnicas estadísticas y las aplique a la recolección y tabulación.
- Manejen conceptos demográficos y resuman la información según técnicas demográficas elementales.

CONTENIDOS

- Estadística. Concepto, objetivo. Desarrollo histórico. El conocimiento estadístico.
- Aplicación de la Estadística en el Turismo. Ejemplos. Población.
- Relevamiento de datos. El cuestionario como fuente de datos. Presentación de datos gráficos.
- Censos. Normas a considerar. Nociones sobre investigación de mercado. Variable continua, discontinua. Predicción estadística.
- Función de frecuencias. Distribución. Representaciones gráficas.
- Medida de tendencia central. Media aritmética mediana. Modo. Ejemplos.

ul
f
Ch
f



- Medidas de dispersión. Utilidad de los mismos. Concepto y cálculo de recorrido.
- Objetivos de la Demografía. Interrelación con la Estadística y Turismo.
- Método de recolección de datos demográficos. Situación actual de los mismos.
- Población según sexo y edad. Confección de pirámides de población.
- Mortalidad por sexo y edad. Mortalidad infantil. Tasa de mortalidad.
- Natalidad. Tasa de natalidad y fecundidad. Migraciones: emigraciones, inmigraciones internas y externas. Tasa de migración.

6.6. ORGANIZACION DE EMPRESAS

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Adquieran las nociones fundamentales de los principios que conforman la teoría de la organización y de la administración.
- Identifiquen claramente las funciones y actividades de la administración: Planificación, organización, orientación, control y coordinación.
- Adquieran los conocimientos indispensables para la organización y funcionamiento de una empresa de servicios turísticos.
- Adquieran noción de la importancia de la función directiva en el desenvolvimiento de la empresa y de las cualidades personales que han de reunir quienes las desempeñan.

CONTENIDOS

- Concepto de empresa y función directiva.
- Desarrollo de la administración.
- La función directiva en un entorno cambiante.
- Proceso de planificación y ciclo vital de la empresa.
- Planificación, análisis del entorno y previsión.
- Proceso de la planificación.

URP
J
C
R



- Estructura de la planificación y coordinación de funciones.
- El factor humano en la pequeña y mediana empresa.
- Política de personal.
- Orientación directiva
- Productividad
- Función financiera en la empresa

6.7. RELACIONES PUBLICAS Y HUMANAS

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Conozcan la ubicación e importancia de las Relaciones Públicas y Humanas en los distintos niveles.
- Conozcan el interjuego dinámico en constante cambio, de los diversos tipos de actividades que integran el ámbito del quehacer turístico.
- Comprendan la importancia de un clima óptimo en el plano de las Relaciones Humanas.
- Comprendan la relación entre comunicación y necesidades humanas, y la importancia de las técnicas sociales.
- Apliquen técnicas grupales para la resolución de situaciones conflictivas.

CONTENIDOS

- Las Relaciones Humanas. Proceso de evolución, desde el hombre primitivo hasta la Revolución Industrial. El hombre como ser social.
- El grupo, concepto. Clasificación. El trabajo: Incentivos, motivaciones.
- Liderazgo. El mando. Comunicación y Relaciones Humanas. Proceso de comunicación. Las relaciones institucionales.
- Las Relaciones Públicas y la empresa moderna.
- Fomento del Turismo por medio de las Relaciones Públicas. El profesional de las Relaciones Públicas. El ceremonial en las Relaciones Públicas.

cel
f
OR
MOR

6.8. TEORIA DEL TURISMO

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Conozcan la decisiva importancia del papel educativo, cultural y social que cumple el Turismo.
- Adquiera conciencia turística para prestar su apoyo incondicional a esta actividad.
- Incorporen a su bagaje de conocimientos las motivaciones que inducen a viajar.
- Interpreten los factores que contribuyen al desarrollo del Turismo.
- Conozcan las características del mercado turístico: Oferta y demanda.

CONTENIDOS

- Turismo: su naturaleza y evolución. Su relación con otras ciencias.
- Turismo: Clasificación. Condicionantes de un viaje. Factor tiempo y dinero.
- Corriente turística. Turismo nacional, al exterior, receptivo, social. Turismo itinerante y residencial. Países emisores y receptores.
- Síntesis histórica del Turismo. Distintos periodos. Precursores del Turismo.
- Infraestructura turística: transportes, medios de comunicación, alojamientos y servicios turísticos. Intermediarios y auxiliares.
- Configuración del mercado turístico. Oferta y demanda de servicios.
- El alojamiento y sus formas.
- Causas objetivas y subjetivas del Turismo. Efecto multiplicador del Turismo. Conciencia turística. Trabas al Turismo.
- Turismo social. Realizaciones del Turismo social. El Turismo social en la Argentina.
- Incidencia del Turismo en la Economía. Balanza de pagos. Balanza turística. Tarjetas de compra y tarjetas de crédito. Transferencias bancarias.
- Necesidad de vender el núcleo receptor. Propaganda de atracción y de información. Propaganda impresa. Folletos. Carteles. "Slogans".
- Organizaciones turísticas nacionales e internacionales.



6.9. AGENCIAS DE VIAJES II

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Se familiaricen con el uso de los manuales técnicos.
- Conozcan las más importantes empresas de transporte y principales agencias de viajes mayoristas.
- Aprendan a cotizar viajes y excursiones.

CONTENIDOS

- Manejo de manuales técnicos: GIT, GATA, ABC e información sobre el OAG, TIM y Cook.
- Códigos IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo).
- Nociones de reservas en empresas de transporte y hotelería.
- Información que debe requerirse al pasajero para una correcta reserva de pasajes aéreos.
- Conocimiento de las principales compañías aéreas, ferroviarias, viales y de navegación lacustre, fluvial y marítima.
- Conocimiento de las principales empresas de viajes mayoristas. Servicios que ofrecen.
- Tarifario confidencial.
- Análisis de un paquete turístico.
- Cotización de viajes y excursiones por el país. Costos de servicios individuales y paquetes turísticos.
- Intensificación del conocimiento de la terminología propia de una agencia de viajes.

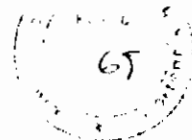
6.10. INVESTIGACION DE MERCADO

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Logren una adecuada comprensión de la investigación de mercado y su importancia dentro del plan de marketing.
- Perciban la importancia de la investigación permanente del consumidor.
- Desarrolle una actitud analítica y crítica hacia los diferentes tipos de investigación de mercado y el seguimiento de to-

120
✓
[Firma]
[Firma]



Ministerio de Educación y Justicia

das sus etapas.

CONTENIDOS

- Economía y comercialización. Operaciones que integran la función del marketing. El consumidor. El producto. El Mercado. Tipo de consumidores, de productos y de mercados.
- La investigación de mercado. Delimitación del programa de investigación. Su ubicación e importancia en el desarrollo de la comercialización.
- El consumidor. Implicancias y limitaciones del concepto de consumidor. Aportes de las ciencias sociales a su estructuración. Enfoque estático y dinámico del consumidor.
- Etapas del proceso de investigación de mercado. Fijación de objetivos. Planificación, metodología, prueba piloto. Determinación de la muestra. Recolección de la información y procesamiento de los datos. Análisis de los resultados. Informe final.
- Tipos de investigación de mercado. La investigación cuantitativa y cualitativa. Su utilización, alcances y limitaciones. Investigación de estilos de vida.

6.11. LEGISLACION TURISTICA

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Comprendan los principios jurídicos básicos que regulan el accionar del ser humano enfocado como "turista".

CONTENIDOS

- El Derecho: Concepto. Fuentes del Derecho. La ley. La costumbre. La doctrina.
- El Turismo. Necesidad de la regulación de la actividad turística. Ubicación de la legislación turística dentro del contexto legislativo general.
- La protección legal de la naturaleza. Ley 22351. Los parques nacionales. Reservas nacionales y monumentos naturales. Autoridad de aplicación.
- El contrato de hospedaje. Elementos. Régimen legal. Ubicación. Responsabilidad del hotelero. Derecho de retención. Ley 18.820.

148
9
A



Problemática de su aplicación.

- Ordenanza municipal 36.136. Generalidades. Alojamientos turísticos. Requisitos. Servicios ofrecidos. tolerancia.
- Agencias de viaje. Clasificación conforme a la Ley 18.829. Criterio adoptado. Funciones y actividades. Requisitos para la apertura y funcionamiento de una agencia de viaje.
- Contrato de servicio entre el agente de viajes y el cliente. Requisitos. Responsabilidad. Desistimiento. Reclamaciones: trámites. Publicidad: requisitos.
- Relaciones con las empresas transportadoras y de servicios de alojamiento. Entidades sin fines de lucro que realizan actividades turísticas.
- Los extranjeros de nuestra legislación. Terminología específica. Leyes al respecto. Dirección Nacional de Migraciones: funciones.
- Extranjeros con residencia permanente y no permanente. Clasificación. Documentación necesaria para su ingreso al país y lapso de permanencia.
- Aduana: Funciones y atribuciones. Régimen de beneficios y franquicias. El delito de contrabando.
- El turista y las condiciones sanitarias. Autoridad de aplicación. Tratamiento del turista enfermo. Medidas sanitarias. Vacunas.
- Documentación. Requisitos para su obtención.
- Nociones generales de la legislación turística de los países limítrofes. Régimen de equipajes.

6.12. PATRIMONIO TURISTICO UNIVERSAL

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Establezcan un criterio lógico en la selección y reconocimiento de los valores patrimoniales turísticos.
- Localicen y ubiquen con criterio selectivo los valores patrimoniales, de manera tal que facilite la tarea de la futura elaboración de circuitos y planeamiento.



CONTENIDOS

- El mundo mediterráneo. Grecia. Localización del patrimonio cultural griego.
- Etruria y el Lacio. Influencias greco-etrusca. Surgimiento y expansión de Roma. Roma y difusión del arte romano. Localización del patrimonio romano en el mundo.
- El mundo medieval. Los ciclos románico y gótico. Características y distribución del patrimonio medieval en occidente. El bizantinismo. El Islam.
- El Renacimiento. Fundamentos históricos y estilísticos. Las diferentes expresiones en las ramas del arte. El Renacimiento en Florencia y Roma. El Renacimiento fuera de Italia.
- El Barroco. Características. Análisis de los principales exponentes y su localización. Estudio especial en Italia, Europa Central y península Ibérica. El patrimonio barroco en el mundo.
- El Neoclasicismo. Características. Análisis y localización del patrimonio neoclásico.

6.13. GEOGRAFIA TURISTICA ARGENTINA

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Desarrollen hábitos de investigación, de observación del medio ambiente geográfico y de la lectura de cualquier medio veraz de información para estar actualizado.
- Interpreten y comprendan las costumbres de los habitantes del país, de acuerdo con las variables físicas, climáticas y socio-económicas.
- Desarrollen actitudes valorativas y creadoras para ubicarse frente a fenómenos únicos, renovados o diferentes de los ya conocidos.
- Desarrollen el buen manejo del lenguaje geográfico.
- Interpreten y lean mapas regionales, planos gráficos, cuadros sinópticos, etc.

CONTENIDOS

100
J
M
A



Ministerio de Educación y Justicia

- República Argentina: Ubicación geográfica, límites, superficie. Territorio continental, insular y sector antártico. División política y regional. Nombre del país.
- Región pampeana: ubicación, aspectos físicos, climáticos, biogeográficos e hidrográficos. Aspectos socio-económicos y turísticos. Medios de comunicación y transportes.
- Región chaqueña. Idem.
- Región mesopotámica. Idem.
- Región noroeste. Idem.
- Región de las Sierras pampeanas. Idem.
- Región de Cuyo. Idem.
- Región de la Patagonia, Islas del Atlántico Sur y Sector Antártico Argentino. Idem.

6.14. INGLES TECNICO II

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Adquieran mayor fluidez en el manejo del idioma.
- Aplique correctamente el vocabulario técnico en la conversación y en la redacción de cartas y llenado de formularios.

CONTENIDOS

- A New Start. Personal Information. Writing a curriculum vitae. The Simple Past Tense. Regular and Irregular Verbs. Vocabulary on Tourism. Situational Dialogues.
- Ward fifteen. Discuss personal comfort and health. Sympathise and make suggestions and plans. Telephoning. The Past Continuous Tense. Vocabulary on Tourism. Situational Dialogues.
- Two suburbs. Ask and talk about facilities. Ask for and give directions. Ability in the past. Obligation. Prohibition. Writing business letters. Vocabulary on Tourism. Situational Dialogues.
- A place of my own. Ask for, give and refuse permission. Describe houses and furniture. The Present Perfect tense. Vocabulary on Tourism. Situational dialogues.
- Excuses. Invite people to do things. Refuse invitations. Voca-

UR
x
(67)
f
m

bulary on Tourism. Situational Dialogues.

- Future plans. Ask and talk about them. Remind people to do things. Make excuses. The Simple Future Tense. The weather. Vocabulary on Tourism. Situational Dialogues.

6.15. INFORMACION TURISTICA REGIONAL

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Conozcan los importantes centros turísticos de cada región geográfica argentina.
- Valoren los rasgos esenciales de cada centro turístico que deberá luego incorporar a la programación de circuitos por la región.
- Desarrolle actitudes valorativas sobre hechos geográficos y turísticos, permanentes y temporarios, de carácter local y/o nacional, internacional.
- Analicen la infraestructura turística de cada uno de los centros urbanos.
- Aprendan a manejar mapas, planos, guías locales y regionales que le permitirán acceder a un mayor caudal de conocimientos.

CONTENIDOS

- Estudio analítico sintético de Santa Fe, Mar del Plata, Villa Gessell, Necochea.
- De Paraná, Corrientes, Resistencia.
- De Salta, Tucumán.
- De La Rioja, Córdoba, Carlos Paz, Alta Gracia.
- De Mendoza, San Juan.
- De San Carlos de Bariloche. Puerto Madryn. Trelew. Rawson. El Calafate. Ushuaia.

6.16. CONTABILIDAD DE EMPRESAS

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Sepan resolver problemas aplicados a la contabilidad referentes a las técnicas contables.



- Elaboren informes escritos relacionados con temas contables, de acuerdo a una empresa de servicios turísticos.
- Valoren los fundamentos éticos de la actividad del Técnico en Turismo.

CONTENIDOS

- Estados contables. Ajustes. Disponibilidades. Créditos. Bienes de cambio. Bienes de uso. Ajustes por aplicación.
- Inversiones. Características. Clases. Inversiones en bienes raíces. Inmuebles en alquiler. Depósitos a plazo fijo. Valores mobiliarios.
- Pasivos. Necesidad de la financiación. Orígenes de los recursos. Pasivos contingentes y no contingentes. Deudas bancarias. Adelantos en cuenta corriente. Descuentos de documentos.
- Patrimonio neto. Ajuste de resultados. Capital. Reservas y resultados.
- Empresas de servicios turísticos. Documentos que se emplea en una empresa de Turismo. Costos. Costos presupuestados. Determinación del costo de un circuito nacional e internacional.
- Impuestos nacionales y provinciales. Leyes vigentes. Ley de impuesto a las ganancias. Impuesto al valor agregado. Impuesto a los Ingresos Brutos.

6.17. TRANSPORTES

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Adquieran una noción lo más amplia posible acerca de los transportes y vías de comunicación en las principales áreas turísticas del país y del mundo.

CONTENIDOS

- Evolución histórica de los transportes. Incidencia del transporte en el desarrollo del Turismo. El transporte integrado. Terminología y abreviaturas generales de la industria. Publicaciones y guías nacionales y extranjeras.

MS
9
M
J
A



- Ferrocarriles. Transporte ferroviario en la Argentina. Infraestructura y mantenimiento. Estado actual de los servicios. Trenes de gran Turismo.
- Ferrocarriles: Europa. Importancia del medio. Características de los servicios. Instalaciones y equipos. Contribución al desarrollo del Turismo.
- Ferrocarriles: América, África, Asia, Oceanía. Características de los servicios en las principales áreas turísticas. Franquicias y facilidades.
- Transporte por agua. Generalidades del medio. Desarrollo y estado actual. Instalaciones y equipos. Cruceros marítimos. Cruceros fluviales y de cabotaje. Transporte fluvial y lacustre. Contribución al desarrollo del Turismo.
- Transporte por agua en la Argentina. Transporte fluvial y lacustre.
- Autotransporte. Desarrollo del sector. Red vial. Empresas prestatarias.
- Autotransporte. América, Europa, Asia, África y Oceanía. Características. Equipos e instalaciones. Empresas prestatarias.
- Medio aéreo. Generalidades del medio. Problemática actual del sector.
- Medio aéreo. Infraestructura y equipos. El aeropuerto. El avión. Aparatos comerciales. Servicios de a bordo. Clases.
- Normas sobre equipajes. Régimen de franquicias y de beneficios. Tarifas por excedentes.
- Medio aéreo. Convenio con Varsovia. Responsabilidad en el transporte. OACI. IATA.
- Transporte multimodal. Su contribución al desarrollo del Turismo. Ferrocarriles metropolitanos. El metro. Nuevos medios: características. Funiculares, Monorrieles, ferrocarriles a cremallera. Medios de elevación.

up
d
P
J
K

6.18. PROMOCION TURISTICA

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Comprendan la importancia del rol que juega la promoción en la actividad turística.
- Conozca los componentes de un plan de promoción y su inserción en la comercialización.
- Apliquen la metodología técnica para desarrollar y controlar un plan de promoción.
- Conozcan y analicen la realidad promocional turística argentina.

CONTENIDOS

- La promoción. Definición. Su ubicación dentro de un plan de comercialización. Formas de promoción. Objetivos de la promoción. Publicidad turística. Medios publicitarios.
- Promoción turística del Estado. Turismo y Estado. Política de Turismo. Intervención de la política en el Turismo. Elementos de promoción del Estado. Incentivación de la actividad privada: sus formas. Facilitación turística.
- La promoción en el área privada. Alcance y limitaciones. Promoción institucional y no institucional. Promoción turística combinada.
- Programa de promoción. Metodología. El plan de marketing como fuente de información. El Mercado. El producto en el mercado. Etapas. Selección de estrategias. Programación de proyectos individuales. Presupuestos. Actividades. Ejecución.
- Control y evaluación del plan de promoción. Controles de dirección. Selección de la información. Determinación de la unidad de medida. Interpretación de los resultados. Control de dirección en función de los costos. Controles operacionales. Control de eficacia publicitaria. Evaluación del plan operativo. Evaluación del plan de medios. Evaluación de los resultados globales de la campaña.

uff
d
Al
JP
R



Ministerio de Educación y Justicia

6.19. PROGRAMACION DE CIRCUITOS INTERNACIONALES

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Logren establecer un criterio lógico en la selección, reconocimiento y elección de las áreas turísticas.
- Aprendan a relacionar los diferentes factores que integran un circuito.
- Aprendan el manejo de cartas, mapas y diagramas, base para la elaboración de un circuito.
- Consigan evaluar mediante la práctica las características de los posibles circuitos.

CONTENIDOS

- Vocabulario técnico-turístico.
- Caracteres de los grupos humanos.
- Tipos, clases y objetivos de circuitos.
- Infraestructura del circuito.
- Elaboración del circuito según la demanda.
- Pautas de competitividad.
- Circuitos urbanos complejos. Circuitos regionales. Circuitos internacionales.

6.20. TECNICA PUBLICITARIA

OBJETIVOS

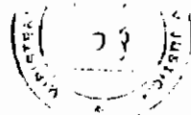
Que los alumnos:

- Logren una adecuada comprensión de la técnica publicitaria y su importancia dentro del plan de marketing.
- Desarrollen una actitud analítica y crítica hacia los diferentes tipos de publicidad y el seguimiento de todas sus etapas.

CONTENIDOS

- Análisis estructural de las comunicaciones comerciales e institucionales. Publicidad. Promoción de ventas. Marchandising. Relaciones Públicas.
- La función de la publicidad en la empresa moderna. Estudio y organización del plan publicitario.

Handwritten signatures and initials.



Ministerio de Educación y Justicia

- Datos e informaciones indispensables para la programación de la publicidad. Estudio del producto, el consumidor y el mercado. Política de precios. Competencia.
- Principios psicológicos de la publicidad. Análisis del consumidor. Clasificación de las motivaciones. Percepción y atención. Métodos de persuasión.
- Los medios y sus características. Prensa, radio, cine, televisión. Publicidad directa. Margen comercial de la agencia de publicidad.
- Concepción del anuncio. Redacción de textos publicitarios. El slogan. Interrelación texto-imagen. Tipografía de los anuncios.
- El enfoque de la campaña. El enfoque basado en la novedad del producto o servicio. La marca como factor básico de novedad. Distintos tipos de campaña. El enfoque publicitario en la práctica. La fórmula AIDA.
- Distintas formas de publicidad.
- Organización racional de los servicios y agencias de publicidad. Funcionamiento teórico de una agencia o de un servicio de publicidad.
- Turismo y publicidad. Características básicas de la publicidad turística. Métodos y medios más aptos para la difusión del Turismo.

6.21. EMISION DE PASAJES

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Adquieran práctica de emisión de billetes de pasaje para tramos de cabotaje, regional e internacional, utilizando la información adecuada.
- Conozcan la metodología IATA con respecto a emisión de billetes.

CONTENIDOS

- Definición de un contrato de transporte. Descripción de un billete de pasaje standard. Instrucciones generales de emisión. Ejemplificación. Recomendaciones para una correcta emisión.
- MCO. Descripción. Principales usos. Límites de su valor. Guía

UP
d
Al
f
A

- de emisión del MCO. Aceptación del mismo. Cambio y reembolso.
- Canjes por diferencia de tarifas. Cambio de tarifa o de clase. Rerouting voluntario. Aceptación de un TKT o MCO en parte de pago.
- Emisiones especiales. Extravío. Menor no acompañado. Deportados o e inadmitidos. Cortesías. Rerouting involuntario.

6.22. PROGRAMACION DE CIRCUITOS NACIONALES

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Conozcan la estructura y organización de circuitos en el ámbito nacional.
- Aprendan a utilizar guías, catálogos, planos y mapas para la diagramación de circuitos de corta y larga duración.
- Desarrollen actitudes creadoras para una mejor y más adecuada programación según distintos objetivos que se planteen.
- Logren conocimientos mínimos de presupuestos de cada programación.

CONTENIDOS

- Estructura de circuitos nacionales: medios de transporte, alojamiento, régimen de comidas. Otros servicios.
- Organización y diagramación de un circuito. Clasificación de circuitos.
- Presupuesto de un circuito. Costos fijos y variables de una programación. Ejemplos.
- Circuitos locales; Circuitos diurnos y nocturnos por ciudades; excursiones; miniturismo: características y organización en la Argentina.
- Circuitos regionales. Organización de circuitos con pernoctes de hasta 5 días.
- Circuitos interregionales y nacionales. Organización y programación en varias regiones argentinas. Circuitos nacionales con cruces fronterizos a países limítrofes. Ejemplos.
- Servicios prestados por terceros.
- Cruceros fluviales y marítimos.

us
/

g. C. H.
M. R.



6.23. CALCULO DE TARIFAS

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Adquieran la información necesaria sobre el sistema de calcular tarifas.
- Usen correctamente los manuales existentes en plaza.
- Mantengan actualizada su información sobre las compañías aéreas de plaza.
- Utilicen adecuadamente la información para buscar las cotizaciones más bajas y convenientes.

CONTENIDOS

- Introducción a la materia. Areas IATA. Definición de áreas por países. Sub-áreas. Codificación y decodificación de ciudades. Sistema de Millajes en A 1. Vocabulario técnico. Ubicación en la aeronave.
- Aplicación del Sistema de Millajes. Sistema de incrementos. Tabla. Construcción tarifaria simple. F-C-Y. Ida y vuelta. Diferencias de clases. Conexión inmediata.
- Tarifas de excursión. Regulaciones. Tipos de tarifas. Validez. Tarifas especiales. Regulaciones. Validez. Tarifas punto a punto. Regulaciones. Combinaciones.
- Combinaciones más económicas. Visite USA. Visite Brasil. Visite Perú. Visite Argentina. Visite Chile. Visite Colombia. Regulaciones. Aplicación y combinaciones.
- Definición de áreas por países. Sub-áreas. Tipos de aeronaves.
- Area 2. Cálculo simple de tarifas. Ida. Ida y vuelta. Ejercitación.
- Cálculo de tarifas de excursión dentro del área 2. Tarifas de grupo.
- Cruces en tarifas de año. Primera y Clipper. Cruce en excursión. Iniciando en área 2. Iniciando en área 1. Ficticios en los cruces. Combinación de tarifas. PTA.
- Diferencias de clases.

URP
J
A



6.24. INGLES III

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Perfeccionen su capacidad de comunicarse de manera correcta en forma oral y escrita.
- Conozcan y usen correctamente el vocabulario específico inherente a la carrera.
- Sepan redactar correctamente cartas en Inglés.
- Sepan traducir folletos turísticos del Inglés al Castellano y viceversa.

CONTENIDOS

- London. Breakfasts included. Travel Agency. Booking Local Tours. Theatre Tickets. Pubs. Reported speech (Commands/Statements). Propositions.
- Munich: Beer and Wurst at Bargain Rates.
Berlin: Transportations and accomodation.
Airline Ticketing. Booking Flights. Booking Cruises.
Reported speech: Questions.
Verbs followed by preposition.
- Vienna: Strauss and Strudel.
Rooms and Private Homes.
Hotel reception. Tipping. Coffee-house. Conditional clauses.
Verbs followed by Gerund or Infinitive without change of meaning.
- Florence: City in the Arno. Near the Duomo.
Reataurants. Menues. Ordering. Wines. Railway Station.
Phrasal verbs.
Verbs followed by Gerund with change of meaning.
- Rome: The Artihmetic of a Roman Holiday. The Vatican Area. Guided Tour of Pompei. Flea Market. Phrasal verbs. Present Participles Vs. Gerunds.

UP
P
J
Q
R
S
T
U
V
W
X
Y
Z



6.25. ETICA Y DEONTOLOGIA PROFESIONAL

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Desarrollen un conjunto de valores con los cuales puedan juzgar las acciones correctas e incorrectas.
- Valoren la dignidad y la honestidad profesional respecto a la transmisión de la verdad.
- Asuman la responsabilidad etico-profesional como una respuesta libre y consciente del hombre.

CONTENIDOS

- El problema ético. Concepto de lo ético o moral. Definición etimológica y real. Delimitación dentro de la Filosofía. Relación con el Derecho, la Sociología y la Psicología.
- La persona humana: Corporeidad y espiritualidad.
- Estructura moral del acto libre y voluntario.
- El fin último y la realización de lo moral.
- El orden natural, moral y trascendente.
- Deontología profesional. El trabajo y la profesión como medios de perfeccionamiento personal y de servicio social. La vocación. La elección responsable. Estima de la dignidad de la profesión. Vocación de servicio en el cumplimiento responsable de las exigencias de la profesión.

6.26. INFORMACION TURISTICA LOCAL

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Logren conocimiento de los marcos naturales, ubicación geográfica y aspectos físicos de la ciudad de Buenos Aires.
- Conozcan la evolución histórica de la dinámica de la población, aspectos económicos, medios de transporte, servicios generales y comunales de la ciudad.
- Conozcan los barrios más importantes y sus atractivos turísticos.
- Desarrolle habilidades para manejar cartas geográficas, mapas, planos, interpretar gráficos, estadísticas, etc.

cop
1
[Firma]



Ministerio de Educación y Justicia

CONTENIDOS

- Buenos Aires, capital de la Nación Argentina. Ubicación geográfica y aspectos físicos de la ciudad de Buenos Aires.
- El éjido urbano. Su evolución a través de las épocas. 1a. etapa: La Ciudad de la Trinidad. 2da. etapa: La ciudad Indiana. 3a. etapa: La Ciudad Virreynal. 4a. etapa: La Ciudad de Mayo. 5ta. etapa: Hacia la Ciudad Federal. 6ta. etapa: La ciudad desde 1.880 hasta la actualidad.
- Estado actual del éjido urbano. Formación de barrios. Desmembramiento de algunos barrios. Creación de nuevos barrios. Aspectos poblacionales de la ciudad.
- Aspectos edilicios. Espacios verdes. Servicios generales, comunales, de transportes y comunicaciones.
- Aspectos ecocómicos: Núcleos comerciales, financieros, turísticos y administrativos. Aspectos culturales y educacionales. Atractivos turísticos de la ciudad según distintos objetivos.
- Barrios de la ciudad de importancia turística: Barrios de Belgrano, San Nicolás, Monserrat, La Boca, Retiro, San Telmo, Balvanera, Recoleta, Palermo. Investigación en cada barrio de los principales atractivos turísticos. Aspectos físicos, socio-económicos, evolutivos y de actualidad.

6.27. TECNICA DE VENTAS

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Conozcan la estructura de comercialización del producto turístico, a través de una exitosa gestión de ventas.
- Se familiaricen con las múltiples variables del proceso de compra y de ventas, y elaboración de argumentaciones básicas sobre situaciones reales del mercado, del producto, de la competencia, del vendedor, de la publicidad.

CONTENIDOS

- La Venta. Historia. El proceso ante la revolución industrial. El vendedor: Características. Relación vendedor-comprador.

URP
J
G
G



Ministerio de Educación y Justicia

- Psicología de la venta. Relación con el cliente. Vinculación de la venta con otras actividades: Promoción, Publicidad.
- El producto. Su conocimiento. El producto turístico y su composición. Su costo. Crédito. Financiación.
- Argumentos de ventas. Su uso y ordenamiento. Prestigio de la empresa, servicios, cumplimientos, garantías, confianza. Beneficios para el cliente.
- Organización de venta. El gerente. Supervisor. Promotores. Vendedores. Reuniones de ventas. Ética en ventas. la proyección.
- Presentaciones de ventas. Preparación, desarrollo, remate de venta. Cómo mantener la fidelidad del cliente.
- Las ventas turísticas. Los transportistas. Relaciones Públicas como complemento. La publicidad. Impresos. Conferencias. Visitas a agencias de viajes. Operadores.
- Ventas en agencias de viajes. Relaciones con medios especializados. Fichero de clientes: organización. Visitas regulares. Relaciones con operadores, grupos y sectores empresarios, profesionales, técnicos y otros.
- Hotelería. Servicios especiales y ventajas. Reservas automáticas. Reservaciones. Confirmaciones. Beneficios especiales. Asistencia a congresos turísticos. Relaciones Públicas con dirigentes de empresas y otros grupos.

6.28. PROGRAMACION DE CIRCUITOS LOCALES

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Logren conocimientos sobre la estructura y organización de circuitos en el ámbito local de Capital Federal y sus alrededores.
- Conozcan la estructura de los barrios porteños y de los alrededores.
- Desarrollen técnicas de relevamiento para una mejor y más adecuada programación según distintos objetivos que se planteen.
- Logren llevar a la práctica todos sus conocimientos, habilidades y actitudes mediante la programación de un circuito a realizarse en el transcurso del ciclo lectivo.



Ministerio de Educación y Justicia

CONTENIDOS

- Circuitos locales, definición y características generales. Zona de influencia donde se desarrollarán los circuitos.
- Evolución histórica de la ciudad de Buenos Aires desde su fundación hasta nuestros días. Etapas: El nacimiento de La Trinidad, La Ciudad de Mayo, Hacia la Ciudad Federal. Buenos Aires desde 1.800 hasta la actualidad. Formación de barrios.
- Investigación de atractivos turísticos de los barrios más importantes: San Telmo, San Nicolás, Monserrat, Balvanera, La Boca, Caballito, Villa Devoto, Belgrano, Palermo, Retiro, Recoleta, Colegiales.
- Programación y presupuestos de circuitos en la ciudad. Organización de distintos circuitos según motivaciones y grupos al que estén destinados.
- Organización de circuitos en el Gran Buenos Aires y en los alrededores: La Plata, San Isidro, Tigre, Luján, Escobar, Zárate, Campana, Chascomús, Monte, San Pedro, Arrecifes, Adrogué, Glew, etc. Reconocimiento y relevamiento de la zona. Motivaciones del circuito, rutas de acceso, lugares de interés. Infraestructura.
- Turismo receptivo. Programación y presupuestos de paquetes turísticos en Buenos Aires y alrededores con una duración mínima de 5 días y 4 noches.
- Presupuestos y comercialización de los circuitos de día entero a Luján, La Plata, Areco, Tigre.

6.29. ADMINISTRACION DE EMPRESAS DE SERVICIOS TURISTICOS

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Lleguen al conocimiento de la necesidad de la coordinación de las diferentes empresas de servicios turísticos para el eficaz desarrollo del fenómeno turístico.
- Integren conocimientos adquiridos en otras materias mediante una noción global de la administración de las principales empresas prestatarias de servicios turísticos.
- Conozcan los diversos tipos de organización interna de las agencias de viajes, funcionamiento de sus diversos sectores, personal necesario, etc.

10
[Handwritten signature]

Ministerio de Educación y Justicia

- Se ubiquen dentro de la estructura administrativa de una agencia de viajes y de su función coordinadora de los servicios de otras empresas de servicios turísticos.
- Adquieran la actitud básica para desempeñarse en forma profesional en cargos administrativos y de media gerencia en hoteles, restaurantes, clubes, colonias de vacaciones y demás locales de prestación de servicios turísticos.

CONTENIDOS

- Servicios turísticos. Concepto. CLASIFICACION. Componentes. Características. Precios.
- Distribución turística. Circuitos y estrategias de distribución.
- Agencias de Turismo. Estructura funcional. Comunicación. Costos.
- Estructura interna de las agencias de viajes. Organización. Principales departamentos. Centros funcionales y áreas de rentabilidad.
- Sistema operacional de las agencias de viajes.
- Relación de la agencia de viajes con empresas prestatarias de servicios.
- Empresa hotelera. Objetivos empresariales. Estructura. Principios generales.
- Otros tipos de alojamiento
- La empresa de transporte.
- Transporte turístico automotor.
- Empresa de transporte aéreo.
- Transporte aéreo internacional.
- Congresos y convenciones.

6.30. HOTELERIA

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Conozcan la evolución de la actividad hotelera
- Conozcan la hotelería tradicional y otras modalidades de alojamiento.
- Conozcan las características de las áreas de rentabilidad.



Ministerio de Educación y Justicia

- Comprendan la importancia de la hotelería en la actividad turística.
- Conozcan las reglamentaciones hoteleras.

CONTENIDOS

- Antecedentes de la industria hotelera. Interrelación entre hotelería y Turismo.
- Concepto de alojamiento. Clasificación. Hoteles. Moteles, Apart-hoteles, albergues, campamentos.
- La temporada turística y su repercusión en la rentabilidad de la industria hotelera. Índice de ocupación.
- Control de gastos. Causas de pérdidas. Control de gestión. Control de ingresos.
- Relación entre la hotelería y la agencia de viajes.
- Vocabulario técnico inherente a la actividad hotelera.
- Código telegráfico internacional de hoteles.
- Guías hoteleras.
- Organización hotelera. Descripción de los centros funcionales. Las distintas áreas de rentabilidad hotelera. Organigramas de hoteles.
- Distintos sectores de un hotel. Su organización. Funciones del personal.
- Reglamento internacional de hoteles. Derechos y obligaciones del pasajero.
- Convenio entre la AIH y la FUAHV.
- Referencia a algunos de nuestros principales hoteles.

6.31. PRACTICA PROFESIONAL

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Integren conocimientos adquiridos en función de la práctica concreta que se realizan en la actividad turística.
- Apliquen la metodología técnica para desarrollar las tareas de una agencia de viajes.

CONTENIDOS

- Sistema de reservaciones telefónicas. Codificaciones. Ficha de

VRP
g
Ah
A

- reserva de pasaje aéreo. Emisión de tickets. Producido de ventas aéreas.
- Sistematización de la información de una agencia de viajes. Formas de archivo. Liquidación. Voucher. Pedido de comisión. Resolución 2.2.53
 - Turismo receptivo. Procedimiento. Práctica.
 - Turismo nacional, individual, programado y adquirido. Terrestre o aéreo.
 - Turismo regional e internacional, individual, programado y adquirido. Terrestre o aéreo.

6.32. PATRIMONIO TURISTICO NACIONAL

OBJETIVOS

Que los alumnos:

- Adquieran un conocimiento integral del patrimonio turístico de nuestro país, en sus aspectos natural y cultural.
- Logren una valoración de nuestro patrimonio.
- Descubran la relación existente entre nuestro patrimonio y las distintas culturas que incidieron en él.

CONTENIDOS

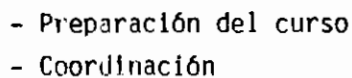
- Patrimonio turístico natural y cultural. Medio ambiente turístico. Medidas para su conservación. Creación de parques y reservas nacionales.
- Patrimonio turístico cultural. Museos y monumentos como atractivos turísticos. El Folklore. Artesanías. Riquezas arqueológicas y antropológicas. Festivales y fiestas religiosas.
- Patrimonio turístico natural: Núcleos climáticos y termales. Estaciones de deportes de invierno. Utilización de playas. Áreas de caza y pesca.
- Núcleos receptores deportivos. Obras de infraestructura que son de atracción turística.

7. CALENDARIO OPERATIVO PARA LA REALIZACION DEL ENSAYO

7.1. Etapas principales del ensayo

Febrero/marzo/88

- Reunión de ajuste del proyecto



April/88

- Iniciación del curso correspondiente al presente ensayo educativo
Julio/88

- Reunión de profesores
- Revisión de la marcha de los programas
- Reajuste de las unidades al cuatrimestre

Septiembre/88

- Reunión de profesores
- Evaluación parcial del plan de estudios

Diciembre/88

- Reunión de profesores
- Evaluación de conceptos de alumnos
- Reajuste de las unidades al cuatrimestre
- Exámenes finales

Marzo/89

- Preparación del curso
- Coordinación

Abr 11/89

Iniciación del curso correspondiente a segundo año

Julio/88

- Reunión de profesores
- Revisión de la marcha de los programas

Diciembre/89

- Reunión de profesores
- Reajuste de unidades al cuatrimestre
- Exámenes finales

Marzo/20

Reunión de ajuste del proyecto

Abril/90

Inicio del curso correspondiente a tercer año

Julio/90

- Reunión de profesores
- Revisión de marcha de los programas
- Exámenes de materias cuatrimestrales



Diciembre/90

- Reajuste de unidades al cuatrimestre
- Exámenes finales
- Egreso de la promoción

Marzo/91

Evaluación integral del ensayo educativo y elevación para su aprobación definitiva.

8 - DISEÑO DEL ESQUEMA DE EVALUACION

8.1. Objetivos del ensayo (V.p.2)

8.2. Procedimientos o medios (V.p.4)

8.3. Indicadores (V.p.3)

8.4. Instrumentos para la recopilación de datos acerca de la marcha del ensayo con respecto a:

8.4.1. Los alumnos

8.4.2. Los docentes

Actas de reuniones, encuestas, entrevistas con el Rector.

8.4.3. La organización del Instituto para la realización del ensayo.

Organización académica

Organización operativa

8.4.4. La comunidad

Entrevistas a especialistas en el tema

8.4.5. Los egresados

Fichas de seguimiento de desempeño en el campo laboral

8.5. Evaluación del ensayo educativo teniendo en cuenta los objetivos, los procedimientos derivados de la caracterización del egresado, e indicadores.

8.5.1. Variable alumnos

a) Indicadores cuantitativos

Número de alumnos al comenzar el curso

Número de asignaturas aprobadas en el año

Número de egresados en relación con la inscripción

b) Indicadores cualitativos

Aptitudes requeridas en las asignaturas de las carreras

Aptitudes detectadas

Rendimiento de las asignaturas específicas

UP
y
J. O.
A.



Ministerio de Educación y Justicia



- 8.5.2. Variable profesores
Títulos de los profesores
Aptitudes
- 8.5.3. Variable egresados
Aptitudes requeridas
Aptitudes detectadas
Seguimiento
Absorción del mercado laboral
- 8.5.4. Variable organización académica
Estructura académica
Estructura operativa

11
f
A