

RESOLUCIÓN N° **168/22**
RESISTENCIA, 21 JUN 2022

VISTO:

El expediente N° 80-2021-00829, por el cual se eleva el programa de la asignatura "Promoción y desarrollo de áreas y centros turísticos"; y

CONSIDERANDO:

Que la asignatura "Promoción y desarrollo de áreas y centros turísticos", es una asignatura del primer cuatrimestre, del cuarto año de la Licenciatura en Turismo;

Que es necesario aprobar el programa presentado por el Mgter. Lic. Adolfo E. Di Lorenzo, Profesor Adjunto a cargo de la asignatura;

Que el programa propuesto cuenta con informe favorable del Gabinete de Asesoría Pedagógica de la Facultad;

Que el Régimen Pedagógico de la Facultad, establece en su Artículo 14, que los programas tendrán una vigencia de tres años, a partir de la fecha de su aprobación;

Que la Comisión de Enseñanza, Investigación, Posgrado y Designaciones aconseja aprobar dicho programa;

Que dicho despacho fue aprobado en Sesión Ordinaria del Consejo Directivo del día 21 de junio de 2022;

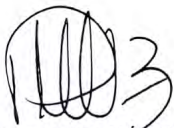
Que la presente medida se toma en virtud de las atribuciones conferidas al Consejo Directivo por el Art. 32° del Estatuto de la Universidad Nacional del Nordeste.

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA
FACULTAD DE ARTES, DISEÑO Y CIENCIAS DE LA CULTURA
RESUELVE:**

Art. 1°- APROBAR el Programa de la asignatura "Promoción y desarrollo de áreas y centros turísticos", correspondiente al primer cuatrimestre, del cuarto año de la Licenciatura en Turismo, cuyo texto ordenado figura como ANEXO de la presente Resolución, tal lo tramitado por expediente N° 80-2021-00829, el que tendrá vigencia a partir de la fecha y por el término de tres años, período que establece el Régimen Pedagógico de la Facultad.

Art. 2°- REGISTRAR, comunicar y cumplido, archivar.-

Confeccionó
mac
Supervisó
Fiscalizó
Registró


MGTER. PATRICIA MÓNICA NUNHA RIVERO
SECRETARIA ACADÉMICA


UNIVERSIDAD
NACIONAL
DEL NORDESTE
FACULTAD DE
ARTES, DISEÑO
Y CIENCIAS DE
LA CULTURA

MGTER. FEDERICO ALFREDO VEIRAVE
DECANO

Soporte Magnético 0142

ES COPIA

Abg. Esp. 
Maura Castillo Tragoni
Director de Gestión Administrativa
FADyCC - UNNE

(2)

RESOLUCIÓN N° 168 / 22
RESISTENCIA, 21 JUN 2022

A N E X O

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:
PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE ÁREAS Y CENTROS TURÍSTICOS

Área: Gestión Cultural y Turística

Carrera: Licenciatura en Turismo

Asignatura: Promoción y desarrollo de áreas y centros turísticos

Código:

Año: 2022

Equipo docente: Profesor Adjunto: Adolfo Di Lorenzo
Auxiliar Docente de Primera Categoría: María Amelia Ramírez

FUNDAMENTACIÓN

La complejidad del fenómeno turístico crece en un proceso continuo, conforme las sociedades evolucionan, los mercados se vuelven más competitivos y más especializados, se hace más difícil la obtención y destinación de recursos y requiere de procesos inteligentes, las preferencias de los consumidores se hacen más variadas y exigentes, los problemas ambientales aumentan y se hacen más interdependientes, las tecnologías evolucionan con velocidad creciente (desplazando viejos paradigmas e inaugurando nuevos, a la vez que optimizan los procesos), la necesidad del ser humano de volver a las fuentes culturales, naturales y su identidad (como individuo y como grupos sociales). En fin, estas y otras, son las multi-causalidades que hacen del turismo de hoy un fenómeno complejo, que comporta muchos riesgos (de ser indebidamente gestionado), pero muchas oportunidades para el crecimiento y, fundamentalmente, para el desarrollo. Estas causas hacen que disciplinas, técnicas y asignaturas, como la presente (**Promoción y Desarrollo de Áreas y Centros Turísticos**), sean espacios de estudios, reflexión, planificación, intervención, esenciales en la formación y en la práctica de las profesiones turísticas, como es la Licenciatura en Turismo.

Exigen al estudiante, y, al profesional, desde ya, indagar y conocer las implicancias y alcances de términos y conceptos claves (auténticos "pivots"), como es la Promoción Turística, el Fomento de acciones tendientes a la recuperación y el desarrollo, el crecimiento y el Desarrollo turísticos, los Centros, Áreas, espacios turísticos diversos, así como la identificación de valores culturales, naturales –y combinados-, de territorios de distintas escalas, y sus potencialidades para el turismo, la jerarquización y puesta en valor de atractivos y recursos turísticos.

Es esta una asignatura compleja, que aborda un tema complejo, pero vital, para el desarrollo del turismo: un hecho, un fenómeno, un proceso, característico de los siglos XX y XXI, que adecuadamente conocido, gestionado, planificado, ejecutado, monitoreado, es capaz de reconvertir localizaciones, áreas y regiones, a través de los principios del Desarrollo Local y Endógeno, la Integración y la Sustentabilidad; reconvertirlas en vórtices ya no solo de crecimiento, sino de desarrollo para las comunidades, en sus distintos aspectos esenciales: económico, socio-cultural y ambiental.

Esta materia, ubicada ya en la etapa de formación superior del plan de estudios de la Licenciatura en Turismo, recurre a los saberes aportados por varias otras disciplinas que los estudiantes han abordado en espacios curriculares de años anteriores, dándoles en su formación un importante valor agregado, en función de nuevos saberes y de la aplicación sistémica de todos ellos a la realidad turística, económica, social, ambiental, en la que vivimos, en el sentido global y en el sentido regional y local. En efecto, algunas materias conforman un entramado de aportes esenciales, como Introducción al Turismo, Ambiente y Territorio, Psicología y Sociología, Antropología Cultural, Comunicación, Marketing y Formulación de Proyectos Turísticos; y sienta bases para los refuerzos que harán materias como Gestión Participativa, Epistemología y Metodología de la Investigación, Turismo



(3)

RESOLUCIÓN N° 168/22 CD-
RESISTENCIA, 21 JUN 2022

Sustentable, Administración de Organizaciones Turísticas, Planificación, Estadística, Políticas del Turismo, Desarrollo Turístico Local. Es más, inaugura, junto a otras disciplinas del 4to Año, una fase de introducción a un nivel superior de indagación, reflexión, pensamiento crítico, planificación, todas acciones de fundamento para la futura investigación científica que aplicarán en la Tesina de Grado.

Promoción y Desarrollo de Áreas y Centros Turísticos es una asignatura ubicada en el 1er. Cuatrimestre del 4to. Año de la carrera. En esta posición permite al alumno abordar casos reales como teóricos con un importante bagaje de conocimientos y prácticas adquiridas, que se validarán con los estudios teóricos como trabajos prácticos y oportunas salidas de campo. Esta materia busca crear y afianzar en el futuro profesional la idea clara de que al desarrollo general, y, turístico, en particular, se puede asistir eficazmente desde el desarrollo del turismo y sus múltiples formas de prácticas, con un principio de integración entre lo local y lo global, entre los distintos niveles del Estado y entre los diferentes actores que viven y actúan en una comunidad y territorio.

OBJETIVOS

GENERALES: Que el/la alumno/a logre:

1. Comprender definiciones de promoción, fomento, desarrollo en relación a los centros y áreas turísticas.
2. Adquirir herramientas técnicas aplicadas para la creación, preservación, promoción y puesta en valor de los recursos y atractivos turísticos locales, así como la elaboración y jerarquización de espacios destinados al turismo.
3. Identificar las intervenciones e inversiones a escala territorial municipal y comarcal.
4. Analizar la relación existente entre la formación del capital humano en turismo y oportunidades de empleo a partir del turismo.

ESPECÍFICOS: Que el/la alumno/a logre:

- 1) **A.** Comprender los conceptos de promoción, asistencia técnica, facilitación, fomento, marketing de destinos y otros vinculados al conocimiento de un territorio en vistas a su puesta en valor.
- 1) **B.** Analizar los alcances del crecimiento y del desarrollo, comprendiendo similitudes, diferencias, ventajas y desventajas, así como su necesidad en función de la oportunidad para el desarrollo turístico sustentable y sostenible.
- 1) **C.** Analizar el espacio turístico en diferentes escalas, su posible división para el planeamiento turístico, haciendo hincapié en los centros, corredores y áreas turísticas.
- 2) **A.** Conocer algunos procedimientos para la realización de Inventarios y Relevamientos turísticos.
- 2) **B.** Conocer la importancia de la relación "atractivos/recursos-conciencia/identidad turística".
- 2) **C.** Adquirir herramientas aplicadas para la creación, preservación, promoción y puesta en valor de los recursos y atractivos turísticos locales, así como la elaboración y jerarquización de espacios destinados al turismo.
- 3) **A.** Conocer los diferentes actores sociales que participan en un territorio, los niveles estatales y las relaciones que pueden darse en vistas al desarrollo local o endógeno.
- 3) **B.** Identificar las intervenciones e inversiones que pueden llevarse a cabo en distintas escalas territoriales, desde lo local/municipal hasta lo comarcal y micro regional.
- 3) **C.** Pasos claves de un Proyecto de intervención turística sustentable.

ES COPIA

"Conocer significa es donar experiencia"



168/22

(4)

RESOLUCIÓN N°
RESISTENCIA, 21 JUN 2022

- 4) A. Analizar las diferentes prestaciones turísticas y afines públicas, privadas, académicas, requeridas o requeribles según el territorio que se estudie
- 4) B. Conocer la diversidad actual y tendencias de formación de recursos humanos en el vasto ámbito del turismo buscando las inserciones laborales, en función de las oportunidades de empleo.

CONTENIDOS

Unidad 1. Definiciones de términos y conceptos herramentales. Definición de Centros y Áreas Turísticas. Definición de Promoción, Fomento, Desarrollo. El Municipio. Funciones del Municipio en relación a la actividad turística y su desarrollo. Fomento, ordenamiento y promoción de actividades y servicios en un Centro Turístico y su integración regional. Planta e Infraestructura turística. Atractivos turísticos. División territorial con fines turísticos. Tipos de Espacios. Espacio Turístico. Espacio turístico cultural, urbano, rural y natural. Planificación del espacio turístico. El Paisaje. La Promoción y el Marketing de destinos. La importancia de la Marca. Medios. Importancia de la Información. Fuentes internas y externas. Información de calidad para la planificación, la comunicación y el marketing

Unidad 2. Sobre el conocimiento y puesta en valor de los recursos y espacios turísticos con base en el desarrollo local. Aspectos históricos, geográficos, climáticos, medio ambientales, demográficos de los Centros Turísticos. Identidad turística. Inventarios y relevamientos turísticos, distintas teorías aplicadas en el mundo. Identificación de Atributos de sitios naturales y culturales. Espacios estratégicos de diversión y esparcimiento. Áreas de integración socio-cultural. Análisis de aspectos críticos. Revisión de atractivos y recursos turísticos. Conciencia turística y vocación turística. Puesta en Valor: de la subjetividad a la objetividad: un gran desafío. La identidad de las comunidades. De lo "local" a lo "glocal". El desarrollo endógeno.

Unidad 3. Gestión del Desarrollo Sustentable y Sostenible. Gestión inteligente del Desarrollo Local a escala municipal. Desarrollo Urbano Sustentable y Sostenible. Desarrollo Turístico Sustentable y Sostenible. Factores claves. Definición de Crecimiento socio-económico vs. Desarrollo. Comunidad, medio ambiente, turismo y desarrollo. Fuentes de financiamiento y oportunidad de inversiones. Análisis de casos locales. Aspectos operativos de la ejecución de proyectos turísticos. Gestión de impactos del turismo. Presión sobre los destinos. Guía de indicadores. Capacidad de carga y turística. Niveles de protección. Niveles del Estado. Alianzas horizontales, verticales y oblicuas o cruzadas para el desarrollo local. Alianzas intra e intersectoriales público-públicas, público-privadas. Los actores sociales. La participación intersectorial.

Unidad 4. Sobre la formación actual de recursos humanos turísticos. Análisis de las diferentes prestaciones turísticas y afines públicas, privadas, académicas, requeridas o que pueden requerirse en función del territorio y del momento actual y futuro del mismo. Conocimiento de la diversidad actual y las tendencias de formación de recursos humanos que se requieren en el vasto ámbito del turismo buscando las inserciones laborales, en función de las oportunidades de empleo. Oficios, capacitaciones, profesiones, especializaciones.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

La asignatura **PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE ÁREAS Y CENTROS TURÍSTICOS** prevé una modalidad de dictado teórica y práctica, para lo cual el espacio busca instancias de reflexión, análisis, exposición y estudio de la importancia, utilidad, alcances y necesidad de encarar el conocimiento del territorio, la comunidad local, sus actores sociales, los atributos culturales y naturales, sus recursos actuales y potenciales, el conocimiento de la fuerzas internas aptas para el desarrollo con un enfoque local y de integración regional, así como de la necesidad de conocer los requerimientos de formación de capital humano acorde a los tiempos actuales y a los escenarios que se planifiquen para un Área o Centro Turísticos, con base en el desarrollo sustentable y sostenible. Esta es una respuesta insoslayable del mundo turístico, social, cultural, económico y ambiental actual



(5)

RESOLUCIÓN N°
RESISTENCIA,

168 / 22
21 JUN 2022

que debe darse ante las tendencias de crecimiento y desarrollo del turismo y las características de los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.

Los profesores desarrollarán clases expositivas, con la necesaria participación de los alumnos, para lo cual se prevén actividades prácticas de desarrollo individual y grupal, con elaboración escrita y/o exposición oral. Además, se implementarán estrategias como debates, análisis de casos e investigaciones e indagación en fuentes bibliográficas sobre temas de estudio. También se buscará realizar actividades de reconocimiento, intencionalizado y relevamiento de sitios, atractivos y/o recursos, mediante la salida al campo de los alumnos en su faz de aplicación teórico-práctica.

También en las instancias de clases prácticas, se prevé la realización de trabajos, en el aula, en el hogar o mediante la visita a organismos e instituciones, que promuevan la participación de los alumnos, individual y grupalmente, a través del intercambio de ideas, análisis de material provisto y de procuración propia, incentivando el pensamiento reflexivo y crítico y, de corresponder, la producción de material, siguiendo las consignas coordinadas de teoría y práctica.

El equipo Docente presentará textos preparados para la asignatura y guías de trabajo consistentes en consignas y bibliografías básicas y complementarias de autores varios y de autoría propia. Dada las particulares características de esta asignatura, se empleará material de autores clásicos, cuyos aportes y metodologías son de uso constante e irremplazable, como material actualizado en función de los avances de la disciplina y los casos de la vida real.

Se trabajará con herramientas tecnológicas para presentación y exposición de los trabajos, tanto por parte de los profesores como de los alumnos.

Se prevé la realización de Tutorías, consistentes en encuentros presenciales, en horarios y días a convenir para exponer dudas, aclarar conceptos, hacer devoluciones de trabajos, etc., aunque también los seguimientos tutoriales pueden realizarse mediante herramientas de los dispositivos virtuales.

También se emplearán las facilidades y herramientas que provee el Aula Virtual de la Cátedra (destinados a foros, debates, a compartir documentos y producciones de los estudiantes, material bibliográfico de apoyo, documentos de consulta, links, guías, entre otras).

Entre las **Estrategias** principales, destacan:

- Exposición oral de los profesores.
- Debates dirigidos y libres.
- Técnica del "role playing".
- Simulaciones.
- Análisis de casos.
- Análisis de publicaciones.
- Interpretación de textos.
- "Brainstorming".
- Trabajos prácticos en clase, domiciliarios y en el terreno.
- Exposición individual y grupal por parte de los alumnos.

Entre los **Recursos Materiales** a usar, se destacan:

- Pizarrón.
- Cañón proyector de imágenes.
- Videos.
- Apuntes de cátedra (impresos y digitalizados).
- Otra Bibliografía básica y complementaria.
- Medios de transportes autorizados para el traslado de los alumnos y profesores.
- Internet y aplicaciones informáticas.
- Herramientas del Aula Virtual.

Primera Impresión en color
ES COPIA



(6)

RESOLUCIÓN N°
RESISTENCIA,

168/22
21 JUN 2022

RÉGIMEN DE PROMOCIÓN

Los regímenes de PROMOCIÓN adoptados para esta Cátedra son:

1º) Promoción mediante evaluaciones parciales SIN EXAMEN FINAL

Esta asignatura podrá aprobarse mediante evaluaciones parciales sin examen final con una calificación igual o mayor a la nota 6 (seis), la que resultará de la aprobación de dos evaluaciones parciales, con derecho a un solo examen recuperatorio, un trabajo integrador y el promedio de 3 (tres) trabajos prácticos.

Para lograr este tipo de promoción, el alumno deberá tener, como mínimo, un 80 % de asistencia de las clases dadas.

2º) Promoción mediante evaluaciones parciales CON EXAMEN FINAL

Los alumnos que no alcancen los requisitos necesarios para la promoción mediante evaluaciones parciales sin examen final, podrán promocionar mediante evaluaciones parciales con EXAMEN FINAL, siempre que aprueben dos parciales, con una calificación igual o mayor a 6 (seis), con derecho a un solo examen recuperatorio y el promedio de tres trabajos prácticos, y tener el 60% de asistencia a las clases dadas.

NOTAS: La calificación final será la que resulte del promedio de todas las instancias de evaluación previstas. Las clases son presenciales y toda propuesta virtual se constituye en soporte de aquellas.

3º) Promoción MEDIANTE EXAMEN FINAL

Los alumnos que no alcancen a cumplimentar con los requisitos de las anteriores opciones de promoción, podrán promocionar rindiendo el EXAMEN FINAL en los turnos que prevé la FADyCC, consistentes en la aprobación de 2 instancias de evaluación, una escrita y, luego, una oral, siendo ambas eliminatorias.

EVALUACIÓN

El proceso de enseñanza-aprendizaje supone una permanente y creativa interacción entre docentes y alumnos/as. En este proceso dinámico, la evaluación será producto de una serie de acciones que incluyen, además de las mencionadas instancias de evaluaciones parciales individuales y escritas, producciones individuales y grupales escritas, orales, digitales y expositivas con el apoyo de soportes tecnológicos que asistan a los estudiantes en sus participaciones y proceso de evaluación. Estos serán trabajos prácticos a desarrollar durante el dictado de la materia y se incluyen, también, una actividad de salida de campo y un trabajo práctico integrador en la etapa final del dictado, que prevé la exposición oral y la presentación escrita de lo expuesto.

Como **Criterios de Evaluación**, se valorará:

- La apropiación de contenidos.
- La expresión oral y/o escrita acorde al nivel académico de cursado.
- Un uso mínimo de lenguaje técnico.
- Un pensamiento asociativo y crítico.
- El uso de herramientas disponibles, además de la exposición oral y escrita, como búsqueda bibliográfica, Aula Virtual, presentaciones en formato Power Point y similares.
- Participación e interés.
- Disposición y responsabilidad.

TUTORÍAS: Está prevista la realización de Tutorías, los días Viernes de 17,30 a 19 hs., o en días y horarios a convenir.

ES COPIA

"Formas de aprender en formas diferentes"



(7)

RESOLUCIÓN N° 168 / 22
RESISTENCIA, 27 JUN 2022

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ACERENZA, Miguel A. (1999). *"Promoción Turística. Un enfoque metodológico (para destinos)"*. 10ma. Ed. Trillas: México.
- ALBURQUERQUE, Francisco (1997). *"Fomento productivo municipal y gestión del desarrollo económico social."* ILPES: Santiago de Chile.
- BIGNÉ, J. Enrique, FONT, Xavier y Luisa ANDREU (2000). *"Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo"*. ESIC Editorial: Madrid.
- BOLONINI, Luisa y CAPECE, Gustavo (2003). *"Federación: Misión Posible"*. LADEVI Ediciones: Buenos Aires.
- BOULLÓN, Roberto (2001). *"Planificación del Espacio Turístico"*. Trillas: México.
- BOULLÓN, Roberto (2001). *"Los Municipios Turísticos"*. Trillas: México.
- CEBALLOS-LASCURÁIN, Héctor (1999). *"Ecoturismo: Naturaleza y Desarrollo Sostenible"*. Editorial Diana: México.
- DI LORENZO, Adolfo E. (2005) *"Manual teórico práctico de Ecoturismo y otras modalidades turísticas"*. Auctoris Editio: Corrientes, Argentina.
- (2013). *"Mercadotecnia General y Turística. Elementos de Mercadotecnia aplicados a los Productos, Servicios, Turismo y Hotelería"*. Moglia Ediciones: Corrientes.
- DOMÍNGUEZ de NAKAYAMA, Lía R. (1994). *"Relevamiento Turístico"*. Instituto Superior de Turismo y Hotelería "Sol": Santa Fe.
- KOTLER, Philip, BOWEN, John y James MAKENS (1997). *"Mercadotecnia para Hotelería y Turismo"*. Prentice-Hall Hispanoamericana: México.
- KOTLER, Philip, GERTNER, David, REIN, Irving y Donald HAIDER (2007). *"Marketing Internacional de Lugares y Destinos"*. Pearson, Prentice Hall: México.
- MAZRI de ACHAR, Sofía y ROBLES PONCE, Luisa Ma. (1997). *"La Industria Turística: Hacia la Sustentabilidad"*. Editorial Diana: México.
- MILIO BALANZÁ, Isabel (2005). *"Diseño y Comercialización de Productos Locales y Regionales"*. International Thomson Paraninfo Spain: Madrid.
- MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN (2010). *"Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2020"*. Mintur: Buenos Aires.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2005). *"Lo que todo Gestor Turístico debe Saber. Guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible"*. OMT Press: Madrid.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2001). *"Desarrollo Turístico Sostenible. Guía para Planificadores Locales"*. OMT Press: Madrid.
- POZO, Horacio V. (2013). *"Desarrollo Local en Destinos Turísticos Emergentes"*. Editorial El Argos: Corrientes.
- VILLAR, Alejandro (2007). *"Políticas municipales para el desarrollo económico-social. Revisando el desarrollo local"*. Editorial Ciccus: Buenos Aires.
- ZEBALLOS de SISTO, Pampi (2003). *"Turismo Sustentable. ¿Es posible en Argentina?"*. Ediciones turísticas: Buenos Aires.

BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA

- ACERENZA, Miguel A. (1999). *"Administración del Turismo"*. Vol. 1. Trillas: México.
- BOULLÓN, Roberto (2005). *"Calidad Turística"*. Librerías Turísticas, Buenos Aires.
- COLEGIO DE BACHILLERES DEL ESTADO DE SONORA (2010). *"Comercializa Servicios y Productos Turísticos"*. Colegio de Bachilleres del Estado de Sonora: México.
- CORDERO RAMÍREZ, Javier (2008). *"Marketing Estratégico en Turismo"*. Trillas: México.
- DI LORENZO, Adolfo E. Artículos sobre *"la Calidad en los Servicios Turísticos y de Alojamiento"*, en Revista "Emprender en la Región". Corrientes-Resistencia.
 - Febrero de 2008. Marzo de 2008. Abril de 2008. Mayo de 2008.
- FLEITMAN, Jack. (2013, junio 5). *Nuevos paradigmas empresariales en el siglo XXI*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/nuevos-paradigmas-empresariales-en-el-siglo-21/>
- KOTLER, Philip y Gary ARMSTRONG (1999). *"Fundamentos de Mercadotecnia"*, 5ª Edición. Prentice Hall Hispanoamericana: México.