



**Asunto:** Aprobar programas de asignaturas de tercer año de la carrera de Tecnicatura en Turismo Rural.

C. D. 2292  
CUDAP: EXP-UBA 17.375/16

Cdad. Autónoma de Bs. As., 15 de marzo de 2016.

**VISTO** las presentes actuaciones – CUDAP: EXP-UBA 17.375/16 – mediante las cuales la Secretaria Académica, Ing. Agr. Adriana M. RODRÍGUEZ eleva nota en la que solicita se aprueben los programas de las asignaturas de tercer año de la carrera de Tecnicatura en Turismo Rural y,

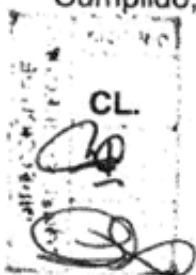
**CONSIDERANDO:**

Lo aconsejado por la Comisión de Planificación y Evaluación.

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE AGRONOMÍA  
RESUELVE:**

**ARTÍCULO 1º.** – Aprobar los programas de las asignaturas de tercer año de la carrera de Tecnicatura en Turismo Rural de esta Facultad, según el Anexo que forma parte de la presente resolución.

**ARTÍCULO 2º.**- Regístrese, comuníquese, pase a las Direcciones de Concursos Docentes, de Ingreso, Alumnos y Graduados y de Biblioteca a sus efectos.  
Cumplido, archívese.



  
Ing. Agr. Adriana M. RODRÍGUEZ  
Secretaria Académica

  
Ing. Agr. Rodolfo A. GOLLUSCIO  
Decano

**RESOLUCIÓN C. D. 2292**



**Asunto:** Continuación de la resolución C. D. 2292/16.

C. D. 2292

CUDAP: EXP-UBA 17.375/16

//..12

### 1-IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura: **TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN APLICADAS AL TURISMO RURAL**

Tipo de asignatura: Obligatoria.

Cátedra: Área de Turismo Rural

Carrera: Técnico en Turismo Rural

Departamento: Economía, Desarrollo y Planeamiento Agrícola

### 2. CARACTERÍSTICAS DE LA ASIGNATURA

Ubicación de la materia en el plan de estudios: 3<sup>er</sup> año

Asignaturas correlativas: Taller I, Dinámica de la Comunicación, Comercialización.

Duración: Cuatrimestral

Carga horaria para el alumno: 48 horas (3 créditos)

### 3. FUNDAMENTACIÓN

El turismo y la información están estrechamente vinculados, dado que se trata de un sector en el cual, los productos ofrecidos son bienes intangibles, es decir servicios, y como tales necesitan difundirse por canales fidedignos, actualizables y con grado de detalle. Por ello, considerar a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como aliadas de la gestión turística, significa implantar estrategias competitivas, y constituye sin lugar a dudas un valor agregado. Sin embargo, dicha gestión no depende únicamente del establecimiento de nuevas tecnologías en el sector, sino de muchos otros factores, entre los cuales se cuentan la formación y el cambio de mentalidad de quienes estarán a cargo de las explotaciones, misión que debe ser desempeñada por las instituciones educativas. En este sentido, cobra importancia lo realizado por el equipo que investiga en materia de Tic y Turismo Rural, con un proyecto UBACyT en formación (20020090200485), finalizado y otro del mismo tenor, consolidado (20020110100223), en curso. Los mismos, dan sentido y a la vez sustento a la asignatura en cuestión. Finalmente, las TIC suponen nuevos retos, y a la vez grandes oportunidades, ya que su aplicación, utilización y desarrollo en el turismo rural, juegan un papel decisivo en la consolidación y posibilidad de éxito económico, debiendo tener en cuenta tres objetivos fundamentales que nunca deben perderse de vista:

- Desarrollar el comercio electrónico como canal prioritario para el sector.
- Conocer profundamente al público destinatario de la oferta turística.
- Incorporar en forma permanente recursos tecnológicos como herramientas de gestión y apoyo a los servicios de la actividad.

### 4. OBJETIVO GENERAL

Incorporar y desarrollar un conjunto de conocimientos y habilidades propias de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, junto a las bases conceptuales disponibles que sustentan su uso, tal que se conviertan en verdaderas competencias profesionales para el Técnico en Turismo Rural.



**Asunto:** Continuación de la resolución C. D. 2292/16.

**C. D. 2292**

**CUDAP: EXP-UBA 17.375/16**

//..13

## **5. CONTENIDOS**

### **Contenidos mínimos:**

Situación actual de las tecnologías de la Información y la comunicación (TIC). Indicador de la Sociedad de Información (ISI). Desarrollo de páginas web. Realidad virtual y realidad aumentada. Servicios de información a los turistas a través de dispositivos móviles. Tecnología multimedia. Tecnologías de la información aplicadas a la enseñanza del turismo (e-formación) y de los destinos. Sistemas de relación con el cliente (CRM). Parques temáticos y tecnológicos. Comercio y turismo electrónicos. SEO y SEM. Social media.

### **Programa analítico:**

#### **Introducción a las TIC y su uso en el turismo.**

Nivelación de conocimientos sobre informática básica. Situación actual de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Argentina y el mundo. Paradigmas. Introducción a Internet. Sociedad de la Información o del Conocimiento. Indicador de la Sociedad de Información (ISI).

#### **Sistemas de información y herramientas informáticas utilizadas en el sector turístico**

Páginas web. Desarrollo y accesibilidad. Realidad virtual y realidad aumentada. Servicios de información a los turistas a través de dispositivos móviles. Puntos de información turística mediante tecnología multimedia. Audio guías. Códigos QR. Sistemas de información geográficos. Geolocalización. Enseñanza del turismo mediante nuevas tecnologías (e-formación). Sistemas de relación con el cliente (CRM). Parques temáticos y tecnológicos como complejos turísticos de última generación. Análisis de casos.

#### **Comercio electrónico, marketing digital y redes sociales**

Introducción al e-Commerce, e-Tourism. El ABC de los negocios electrónicos. Categorías de comercio electrónico. Principales tendencias de mercado. Posicionamiento "on line". La importancia del SEO y SEM. Estrategias y herramientas. Análisis de la inversión y resultados esperados. Herramientas de *Social Media* para gestión turística. Plan de *Social Media* en empresas turísticas. Social Media y el nuevo escenario para el Turismo. Plataformas, redes sociales y negocios, usos y aplicaciones para empresas turísticas. Plataformas verticales. Tendencias del marketing digital turístico. Análisis de casos.

## **6. METODOLOGIA DIDACTICA**

Se utilizarán métodos y técnicas que se retroalimentan entre sí, tales como:

- Método de resolución de problemas.
- Técnica de estudio/trabajo dirigido.
- Técnica de video.

## **7. FORMAS DE INTEGRACIÓN DE LA PRÁCTICA**

Los contenidos se impartirán en forma teórico-práctica, algunos de los cuales se abordarán bajo el Paradigma de las Herramientas (enfoque técnico) y otros bajo el Paradigma de Internet y las redes extendidas (enfoque social), considerando al alumno como centro del aprendizaje (Escuela Nueva).



**Asunto:** Continuación de la resolución C. D. 2292/16.

**C. D. 2292**

**CUDAP: EXP-UBA 17.375/16**

//..14

La organización del aula de clases será de un alumno por computadora (laboratorio informático en "U" con computadoras de escritorio). La construcción del conocimiento se llevará a cabo en forma conjunta entre docente y alumnos, existiendo espacios para plantear situaciones problemáticas específicas, que requieran el uso de TIC. Al finalizar el desarrollo de los distintos temas, en forma grupal o individual, desarrollarán distintas prácticas, trabajos e investigación áulica o domiciliaria, como modo de acreditar los conocimientos correspondientes a los mismos, garantizando el uso de las distintas herramientas y conceptos en forma conjunta, lo cual permitirá poner a prueba de forma permanente, el aspecto reflexivo y su aplicación a la resolución de problemas, tanto durante el resto de la vida académica como profesional. Asimismo, esta integración y puesta en práctica de conocimientos, contribuyen al desarrollo de conductas que implican responsabilidad y creatividad, en lo que al uso de TIC aplicadas al Turismo Rural se refiere. Finalmente, cabe destacar que, la asignatura en cuestión contribuye a la apropiación de la tecnología, incorporación de recursos a la práctica y disminución de la brecha digital.

## **8. SISTEMA DE EVALUACIÓN**

### **Régimen de promoción sin examen final**

Cuando el alumno cumpla con el 75% de la asistencia como mínimo y apruebe un único examen al final del curso, con una calificación de 7 puntos o más sobre 10, promoverá la asignatura sin necesidad de rendir examen final alguno. La calificación final se conforma considerando dicho examen (70%), al que se suman las tareas grupales o individuales (30%).

### **Régimen de promoción con examen final (regularización)**

Cuando el alumno cumpla con el 75% de la asistencia como mínimo y apruebe un único examen al final del curso, con una calificación inferior a 7 y hasta 4 puntos sobre 10, promoverá la asignatura, debiendo rendir un examen final del mismo tenor. Existirá instancia de recuperación sólo si el alumno califica con menos de 4 puntos sobre 10. En este caso las tareas grupales o individuales (30%) no posibilitan el acceso a la condición enunciada en el apartado anterior..

### **Régimen de asistencia cumplida**

Cuando el alumno cumpla con el 75% de la asistencia como mínimo, hubiere aprobado las tareas individuales y grupales sin alcanzar ninguna de las dos condiciones anteriores, podrá directamente presentarse a rendir el examen de fin de curso, cuando vuelva a dictarse la asignatura respectiva.

### **Régimen para el alumno libre**

Cuando el alumno desee acreditar los conocimientos de la asignatura bajo esta condición, deberá someterse a una prueba práctica escrita y oral, la cual aprobará si alcanza el 70% (7 puntos sobre 10) de su desarrollo en forma correcta, en ambos casos. Se recomienda hablar previamente con los docentes.



**Asunto:** Continuación de la resolución C. D. 2292/16.

C. D. 2292

CUDAP: EXP-UBA 17.375/16

//..15

## 9. BIBLIOGRAFÍA

### Introducción a las TIC y al Turismo

- Arce, F.; Caraballo, S.; Carruego, R.; Cicala, R.; Ferragina, R.; Rogulich, W.; Sanguinetti, L.; Zaffaroni, M. (2006). *Informática en el nivel medio: una aproximación desde los documentos curriculares vigentes*. CEDE. UNSAM.
- Barrere, R.; D'Onofrio, M.G.; Tignino, M.V.; Merlino, C.; Milia, M.; Matas, L.; Jacovkis, P. (2012). *La investigación y el desarrollo en TIC en Iberoamérica. Situación actual y tendencias*. Observatorio Iberoamericano de Ciencia, Tecnología y Sociedad del Centro de Altos Estudios Universitarios de la OEI.
- Bombelli, E.; Fernández, S.; Di Pierro, V.; Barberis, G.; Bertoncetto, R.; Mansilla Maidana, D.; Guzmán, J.; Pinto, F.; Cataldi, Z. (2011). *Emprendedores y viajeros de turismo rural: su relación con las tecnologías de la información y comunicación*. 40 Jornadas Argentinas de Informática (JAIIO). Simposio sobre Sociedad de la Información. Córdoba, Argentina. 29 de Agosto al 2 de Septiembre.
- Carter, R; Bédard, F. (2001). *Comercio Electrónico y Turismo. Guía Práctica para Destinos y Empresas*. Parte A. Consejo Empresarial. Organización Mundial del Turismo. Madrid, España  
[http://www.ciberesquina.una.edu.ve:8080/2008\\_2/1116.pdf](http://www.ciberesquina.una.edu.ve:8080/2008_2/1116.pdf)
- Iglesias Carrera, M.; Gutiérrez Correa, G.; Pin, J.R.; Gallifa, A.; Barceló, D. (2011). *Indicador de la Sociedad de la Información (ISI)*. Everis/IESE. Universidad de Navarra.
- INDEC (2012). *Encuesta Nacional sobre Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (ENTIC)*. Argentina
- Rodríguez, S y Díaz, Z. (2004). *Introducción a la informática. Guía instruccional*. Universidad Nacional Abierta. Venezuela.
- S/A. *Las Nuevas Tecnologías en el Sector Turístico. Gestión y Dirección de empresas turísticas*. Cap. 2. 554-574. Universidad de Córdoba. España.

### Sistemas de información y herramientas informáticas utilizadas en el sector turístico

- Alonso Pérez, M; Furió Blasco, E. (2006). *Internet y sus aplicaciones al sector turístico*. Departament d'Economia Aplicada. Facultat d'Economia. Campus dels Tarongers s/n. Universitat de València. España
- Beltrán López, G. (2011). *La geolocalización social como herramienta de innovación empresarial en el desarrollo de los destinos turísticos*. En Seminario Internacional "Renovación y reestructuración de destinos turísticos consolidados del Litoral". Bloque temático 3: Actuaciones para la renovación e innovación: líneas de trabajo desde la empresa y destinos turísticos. Universidad de Alicante. España.
- Carter, R; Bédard, F. (2001). *Comercio Electrónico y Turismo. Guía Práctica para Destinos y Empresas*. Parte B. Consejo Empresarial. Organización Mundial del Turismo. Madrid, España
- Esteve Secall, R. (2001). *Nuevo segmento emergente de turismo: parques temáticos*. Cuadernos de turismo, V.7, pp.35-54.



Asunto: Continuación de la resolución C. D. 2292/16.

C. D. 2292

CUDAP: EXP-UBA 17.375/16

//..16

- Federación Internacional de Tecnologías de la Información y Turismo (IFITT) y la Organización Mundial del Turismo (OMT). (2005). *Evaluación y optimización de sitios web - El servicio "Destination web watch"*. Organización Mundial del Turismo. Madrid, España
- Garrido Moreno, A.; Padilla Meléndez, A. (2008). *Análisis exploratorio de la implementación del CRM en el sector hotelero español*. Estudios Turísticos, N°178, pp.25-49.
- González Sánchez, R.; García Muiña, F.E. (2010). *Los blogs y los portales de servicios, las nuevas herramientas del marketing relacional en el turismo rural* TURyDES, V.3, N°7.
- Martín Sánchez, M.; Miguel Dávila, J.A.; López Berzosa, D. (2012). *M-tourism: las apps en el sector turístico*. IX Congreso Nacional "Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones". TURITEC 2012.
- Peñaloza Suárez, L.; Tamayo Salcedo, A.L. (2013). *La formación docente a través de las tic como mecanismo de transformación para la enseñanza del turismo*. En "Experiencias sobre formación docente en Iberoamérica". pp.71-75. Umbral digital. México.
- Piccioni, S. (2013). *Organización retórica y uso verbal en las audioguías de itinerarios turísticos en autobús*. En "Discurso profesional y lingüística de corpus". Perspectivas de investigación, V3, pp.165-186. Editorial Board. CERLIS Series.
- Prat Forga, J.M. (S/A). *El uso de programas informáticos de relaciones con clientes (CRM) en el turismo rural en Cataluña*. Departamento de Geografía. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Quijano Pascual, M. (2012). *La revolución de los museos y las instituciones culturales*. Cuadernos de comunicación e innovación (TELOS90). pp.55-60.
- Rodríguez Coronel, I. (2013). *El código qry su utilización en las instituciones museísticas venezolanas*. Galería Universitaria Braulio Salazar.

#### Comercio electrónico, marketing digital y redes sociales

- Carter, R; Bédard, F. (2001). *Comercio Electrónico y Turismo. Guía Práctica para Destinos y Empresas*. Parte B y C. Consejo Empresarial. Organización Mundial del Turismo. Madrid, España
- Cataldi Z., Bombelli E., Fernández S., Di Pierro V., Barberis G., Bertoncetto R. (2012). *TIC y Turismo Rural. Las redes de emprendedores y viajeros de turismo rural como oferentes y demandantes de servicios turísticos*. XIV Workshop de Investigadores en Ciencias de la Computación (WICC). Posadas. 26 y 27 de abril.
- Guilherme Mendes Thomaz, G.; Biz, A.A.; Gândara, J.M.G. (2013). *Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales Un estudio comparativo entre destinos turísticos*. Estudios y perspectivas en turismo V.22, N°1. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Medaglia Silveira, J.; Eduardo Silveira, C. (2009). *La evolución del marketing de destinos. Su sinergia con la planificación turística*. Estudios y perspectivas en turismo V.18, N°5. Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Millan Tejedor, R.J. (2008). *Posicionamiento web*. Rincon de Internet.



**Asunto:** Continuación de la resolución C. D. 2292/16.

**C. D. 2292**

**CUDA: EXP-UBA 17.375/16**

//..17

- Pablo Díaz Luque, P.; Guevara Plaza, A.; Aguayo Maldonado, A.; Caro Herrero, J.L. (2008). *Descubriendo las razones para introducir el comercio electrónico en las webs de destinos turísticos*. VII Congreso de Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Marbella.
- Pérez Pérez, M.; Martínez Sánchez, A.; Abella Garcés, S. (2002). *El sector turístico y el comercio electrónico*. Boletín económico de ICE N° 2733.
- Pueyrredón, M. (S/A). *ABC del comercio electrónico y los negocios por Internet*. En "cómo hacer negocios por Internet para pyme y emprendedores". Escuela Virtual Mercosur.
- Rastrollo Horrillo, M.A.; Alarcón Urbistondo, P. (1999). *El turista ante el comercio electrónico*. Instituto de Estudios Turísticos. Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pymes. Universidad de Málaga. Estudios Turísticos, N° 142, pp. 97-116.