



Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,  
Jurídicas y Sociales

**Res. CDECO N° 238/14**  
**SALTA, 27 de agosto de 2014**  
**Expte. 6337/13**

**VISTO:** la Res. CDECO N°410/13 mediante la cual se aprueba el proyecto del Plan de estudios de la carrera de pregrado “Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo”, en el ámbito de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales; y

**CONSIDERANDO:**

Que el Consejo Superior de la Universidad, a través de Resolución CS 521/13 (fs 62 a 78) dispuso la creación de la carrera de pregrado “TECNICATURA UNIVERSITARIA EN GESTIÓN DE TURISMO”, en la ciudad de Cafayate, con dependencia académica de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales y, consecuentemente, ratificar el Plan de Estudios, que obra como Anexo I de tal instrumento.

Que, a fs 81, la Dirección de Informática de esta Unidad Académica solicitó aclaración sobre algunos puntos y cuestiones necesarios para incorporar el plan de estudios al Sistema Informático Universitario Guaraní

Que el Consejo Directivo de esta Unidad Académico resolvió dichas observaciones, consideradas correctas, mediante la resolución CDECO N° 115/14 para que el Consejo Superior realice lo propio y así evitar eventuales inconvenientes de tramitación.

Que la Comisión de Docencia del Consejo Superior a fs. 113 requiere la rectificación de la Res. CDECO N°410/13, en las siguientes cuestiones:

- Nombre de la carrera: TECNICATURA UNIVERSITARIA EN GESTIÓN DE TURISMO
- Título que emitirá: TÉCNICO UNIVERSITARIO EN GESTIÓN DE TURISMO
- Denominación de la asignatura que integra el Área de Formación General, ubicada en el Primer Año de la carrera: GEOGRAFÍA DEL TURISMO (y NO Geografía del Turismo I)

Que, por otra parte, a fs 60 la misma Comisión indica que “en resolución ampliatoria se expliciten los contenidos faltantes para completar el porcentaje de las asignaturas reconocidas como equivalencias que en el ítem 9 se enuncian en porcentajes.”, lo que ha sido aceptado en considerandos de la Resolución CS 521/13.





Que el “Sistema de Equivalencias” entre la carrera de Pregrado Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo y alguna de las carreras de Grado de la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales (Licenciatura en Administración, Contador Público Nacional, Licenciatura en Economía), o viceversa, debe resolverse a partir de la comparación y evaluación de los Contenidos Mínimos de las asignaturas similares, estableciendo como resultado los puntos de tales Contenidos Mínimos que deberá rendir un estudiante que solicite “Equivalencias” para pasar:

- de la carrera de Pregrado (Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo) a alguna de las carreras de Grado de esta Facultad (Licenciatura en Administración, Contador Público Nacional o Licenciatura en Economía).
- de una carrera de Grado de esta Facultad (Licenciatura en Administración, Contador Público Nacional o Licenciatura en Economía) a la carrera de Pregrado (Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo).

Que efectuadas las consultas a miembros de la Comisión responsable de la elaboración del Proyecto, a los Directores de Departamentos Docentes y/o los docentes responsables de cátedras, el “Sistema de Equivalencias”, en los términos antes expuestos y que debe incluirse como parte integrante del Anexo (Punto 9) de las Resoluciones que aprueban la creación de la carrera de Pregrado Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, es el siguiente:

Asignatura de la carrera de Pregrado Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo	Asignatura de carrera de Grado (Contador Público Nacional y/o Licenciatura en Administración y/o Licenciatura en Economía, planes de estudios 2003)	Equivalencias (Temas de los Contenidos Mínimos que el estudiante debe rendir para lograrla)	
		De Tecnicatura a Carreras de Grado	De Carreras de Grado a Tecnicatura
Sistemas de Información Contable de Empresa Turísticas	Contabilidad I (carreras CPN, LA y LE)	NINGUNO (Equivalencia TOTAL)	NINGUNO (Equivalencia TOTAL)
Elementos de Economía	Economía I (carreras CPN, LA y LE)	Problemas económicos. Sistemas de precios. Oferta, Demanda y mercado. Teoría del consumidor. Teoría de la firma. Estructura del mercado. Distribución del	Introducción a la macroeconomía: Ecuación económica fundamental y el modelo de las tres brechas. Sector real, sector monetario y sector público. La inflación causas y consecuencias. El sector externo y los mercados cambiarios.





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,  
Jurídicas y Sociales

Asignatura de la carrera de Pregrado Tecnatura Universitaria en Gestión de Turismo	Asignatura de carrera de Grado (Contador Público Nacional y/o Licenciatura en Administración y/o Licenciatura en Economía, planes de estudios 2003)	Equivalencias (Temas de los Contenidos Mínimos que el estudiante debe rendir para lograrla)	
		De Tecnatura a Carreras de Grado	De Carreras de Grado a Tecnatura
		ingreso.	
Administración de Empresas Turísticas	Principios de Administración (carreras CPN, LA y LE)	La Organización como Sistema	Tablero de Mando Integral
Comercialización	Comercialización I (carrera LA)	NINGUNO (Equivalencia TOTAL)	El Marketing en las organizaciones, los negocios y la sociedad. Valor. Calidad de Servicio al Cliente. Ética. Marketing y Sociedad. Marketing no empresarial. Organización, Planeamiento y Estrategias Competitivas.

Que, así las cosas y con el objetivo de contar el Plan de Estudios en un instrumento legal único este Consejo Directivo considera conveniente emitir, además de las rectificaciones necesarias, un texto ordenado para la mejor comprensión de los estudiantes y las tramitaciones correspondientes.

Lo dictaminado por la Comisión de Docencia a fs.137.

Lo resuelto por el Consejo Directivo en su reunión ordinaria N° 14/14 de fecha 26 de agosto de 2014

**POR ELLO:** En uso de las atribuciones que le son propias,

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS,  
JURIDICAS Y SOCIALES  
R E S U E L V E:**

**ARTICULO 1. DEJAR SIN EFECTO** la Res. CDECO N° 115/14 por los motivos expuestos en el  
exordio.





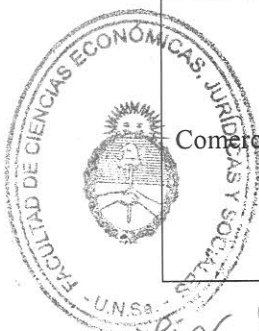
**ARTICULO 2. ESTABLECER** las siguientes rectificaciones de la Res. CDECO N° 410/13 mediante la cual se aprueba el proyecto del Plan de estudios de la carrera de pregrado “Tecnatura Universitaria en Gestión de Turismo:

- en el Artículo 1 y en el Anexo I de la citada resolución, donde dice: *TECNATURA EN TURISMO* debe leerse “*TECNATURA UNIVERSITARIA EN GESTIÓN DE TURISMO*”.
- en el Item 6 Contenidos Mínimos del Anexo I de la Res. CDECO N° 410/13, donde dice: *GEOGRAFIA DEL TURISMO I* debe leerse “*GEOGRAFIA DEL TURISMO*”.

**ARTICULO 3. REEMPLAZAR** el ítem 9 Sistema de Equivalencia de la Res. CDECO N° 410/13 por lo siguiente:

**9. SISTEMA DE EQUIVALENCIAS**

Asignatura de la carrera de Pregrado Tecnatura Universitaria en Gestión de Turismo	Asignatura de carrera de Grado (Contador Público Nacional y/o Licenciatura en Administración y/o Licenciatura en Economía, planes de estudios 2003)	Equivalencias (Temas de los Contenidos Mínimos que el estudiante debe rendir para lograrla)	
		De Tecnatura a Carreras de Grado	De Carreras de Grado a Tecnatura
Sistemas de Información Contable de Empresa Turísticas	Contabilidad I (carreras CPN, LA y LE)	NINGUNO (Equivalencia TOTAL)	NINGUNO (Equivalencia TOTAL)
Elementos de Economía	Economía I (carreras CPN, LA y LE)	Problemas económicos. Sistemas de precios. Oferta, Demanda y mercado. Teoría del consumidor. Teoría de la firma. Estructura del mercado. Distribución del ingreso.	Introducción a la macroeconomía: Ecuación económica fundamental y el modelo de las tres brechas. Sector real, sector monetario y sector público. La inflación causas y consecuencias. El sector externo y los mercados cambiarios.
Administración de Empresas Turísticas	Principios de Administración (carreras CPN, LA y LE)	La Organización como Sistema	Tablero de Mando Integral
Comercialización	Comercialización I (carrera LA)	NINGUNO (Equivalencia TOTAL)	El Marketing en las organizaciones, los negocios y la sociedad. Valor. Calidad de Servicio al Cliente. Ética. Marketing y Sociedad. Marketing no empresarial. Organización, Planeamiento y Estrategias Competitivas.



*Handwritten signature*



Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,  
Jurídicas y Sociales

**ARTICULO 4. SOLICITAR** al Consejo Superior convalide los Artículos 2 y 3 de la presente resolución y las siguientes rectificaciones de la Res. CS N° 521/13:

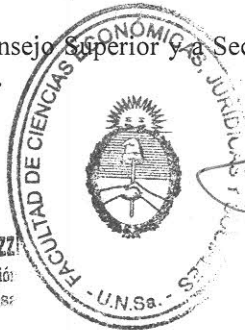
- en el Item 1 IDENTIFICACION DE LA CARRERA del Anexo I de la citada resolución, donde dice: *TECNICATURA EN TURISMO* debe leerse “*TECNICATURA UNIVERSITARIA EN GESTIÓN DE TURISMO*”.
- en el Item 1 IDENTIFICACION DE LA CARRERA del Anexo I de la citada resolución, donde dice: *TECNICO UNIVERSITARIO EN GESTION Y ADMINISTRACION DEL TURISMO Y HOTELERIA* debe leerse “*TECNICO UNIVERSITARIA EN GESTIÓN DE TURISMO*”.
- en el Item 6 CONTENIDOS MÍNIMOS del Anexo I de la Res. CS N° 521/13, donde dice: *GEOGRAFIA DEL TURISMO I* debe leerse “*GEOGRAFIA DEL TURISMO*”.

**ARTICULO 5. PROPONER AL CONSEJO SUPERIOR** el texto ordenado del plan de estudios de la carrera de pregrado de *TECNICATURA UNIVERSITARIA EN GESTIÓN DE TURISMO* que obra como Anexo de la presente Resolución por los motivos antes expuestos.

**ARTÍCULO 6°.-** Hágase saber al Consejo Superior y a Secretaría Académica de esta Universidad, para su toma de razón y demás efectos.

nv  
ce

*Azucena Sanchez de Chiozzi*  
 Cra. Azucena Sanchez de Chiozzi  
 Secretaria As. Académicos y de Investigación  
 Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNSa



*Antonio Fernández Fernández*  
 Cr Antonio Fernández Fernández  
 DECANO  
 Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - UNsa



ANEXO I (Res. CDECO N° 238/14)

TEXTO ORDENADO DEL PLAN DE ESTUDIOS  
DE LA CARRERA DE PREGRADO  
TECNICATURA UNIVERSITARIA EN GESTION DE TURISMO

1. IDENTIFICACION DE LA CARRERA

- a) **Nombre de la Carrera:** “Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo”
- b) **Tipo de Carrera:** Pregrado
- c) **Título que emitirá:** “Técnico Universitario en Gestión de Turismo”.
- d) **Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales de la Universidad Nacional de Salta.

2. FUNDAMENTACION

La creciente expansión de la Educación Superior operada en los últimos años a través del crecimiento de la matrícula y de la creación de nuevas Universidades, obliga a plantear una serie de estrategias tendientes a la regionalización y desconcentración del sistema educativo superior y, por el otro, a la detección de áreas prioritarias no incluidas sea regional o localmente.

La Universidad Nacional de Salta, en este sentido ha asumido el compromiso de expansión territorial de la educación superior a través de diversas modalidades, tales como: creación de sedes propias, extensiones áulicas, desarrollo de sistemas regionales de educación a distancia o semi-presenciales; articulación de carreras con Instituciones de Educación Superior (IES); convenios con otras Universidades, con organismos públicos, con organismos no estatales (fuera del campo educativo), entre otras.

Con estas estrategias se busca que el sistema educativo llegue a mayor cantidad de personas con calidad y pertinencia, priorizando áreas de formación más necesarias para el desarrollo de los sectores con menos oportunidades de acceso, por sus condiciones socio-económicas y geográficas.

Se observa implícita, la intención de procurar herramientas útiles que contribuyan en la disminución de las corrientes migratorias de las familias, desde los pueblos hacia las ciudades más grandes en busca de determinados horizontes: trabajo y estudio.





Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,  
Jurídicas y Sociales

La Universidad Nacional de Salta se ha planteado la implementación de diversas Tecnicaturas en Sede Central con extensión a la localidad salteña de Cafayate, lugar que resulta estratégico por su ubicación geográfica, la infraestructura edilicia disponible, la oferta educativa de la zona y su gran potencial económico, industrial, turístico y cultural.

### **Razones que justifican la creación de la Carrera en Cafayate**

Las localidades de Cafayate, Tolombón y Yacochuya, integrantes del Departamento Cafayate, abarcan una zona ubicada estratégicamente a nivel regional, dado que se encuentra en el cruce de las vías de comunicación entre los valles de Santa María y Lerma, (ruta Nacional 40, y ruta Provincial 68, que se encuentran en su mayoría asfaltadas), constituyendo una de las puertas de entrada al valle Calchaquí. A esto se le suma la conexión por vía aérea, mediante un aeropuerto ubicado en dicho departamento, que le permite ingresar con mayor rapidez a los centros urbanos más importantes del Noroeste Argentino.

Además cuenta con servicios públicos, asistenciales, con instituciones civiles, económicas y sociales diversas y con una capacidad hotelera de más de 1.500 plazas.

Cafayate, que reúne el 90% de la población del departamento, cuenta con una importante cantidad de egresados del Nivel Secundario, cifra que se va incrementando año a año, por lo que la existencia de carreras de nivel universitario en el valle Calchaquí constituiría una acción estratégica para potenciar el desarrollo regional, al tiempo de intentar disminuir la intermitente emigración de los jóvenes, ante la falta de oportunidades tanto laborales como educativas, permitiendo que permanezcan en la zona con una formación profesional universitaria idónea que les permita una oportunidad laboral, al tiempo de contribuir al desarrollo social y económico del valle Calchaquí, como por ejemplo las explotaciones agroindustriales, las industrias, la vitivinicultura, el turismo y las actividades comerciales derivadas de dichas industrias.

El establecimiento de nuevas bodegas y nuevos emprendimientos económicos en la zona, aunado a la creciente demanda de profesionales para la atención de este desarrollo económico, justifica en cierta medida la creación de carreras universitarias que atiendan a esta necesidad, proveyendo además de beneficios adicionales, como es el de generar estudios científicos y sistemáticos de la realidad regional, capacitación de docentes de distintos niveles, y mejorar el nivel educativo en general.





No dudamos, que todo este anhelo, se traducirá en una mejora de la calidad de vida y, al mismo tiempo, en una distribución más equitativa de las oportunidades de desarrollo social y económico de la región.

### 3. OBJETIVOS

#### a) Objetivo General

Formar técnicos graduados que alcancen logros cognoscitivos, actitudinales y desarrollen habilidades y competencias necesarias para su futuro desempeño. La formación les permitirá contar con conocimientos, técnicas y herramientas adecuadas y modernas para la administración y gestión de todo lo atinente al sector del turismo y la hotelería.

#### b) Objetivos específicos de la carrera

- Facilitar la prosecución de estudios de pre-grado a la juventud de la zona sin tener que emigrar de su lugar de origen.
- Estimular la participación de los jóvenes de la región en actividades culturales y educativas que promuevan su crecimiento personal.
- Incrementar las expectativas de la población hacia la creación de mejores horizontes laborales y personales que les permita aplicar la formación adquirida para la mejora de la sociedad en general.
- Interactuar con el medio a través de las actividades de investigación y extensión, sobre la problemática específica de la zona.
- Mantener una actitud receptiva por parte de la Universidad Nacional de Salta frente a las distintas problemáticas de la región.

### 4. TITULO

#### 4.1. Perfil del Egresado:

El **Técnico Universitario** será un profesional con un título de **validez nacional** que le permita insertarse tanto en organismos públicos como en el ámbito privado (incluyendo emprendimientos particulares del egresado) vinculados al turismo y la hotelería. La formación permitirá aspirar a cargos vinculados a la gerencia, asesoramiento técnico, diseño y programación de:





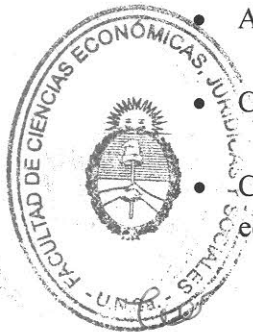


- circuitos u organización de servicios turísticos, promoción y ventas, procedimientos administrativos, organización del turismo receptivo y emisor,
- *áreas front office*: front-recepción propiamente dicha, reservas, conserjería, telefonía y caja, *housekeeping*, alimentos y bebidas,
- promoción, organización de congresos y convenciones, entre otros.

El graduado, además, deberá ser capaz de prestar apoyo técnico en la formación ambiental mediante identificación, recopilación, evaluación e interpretación de información en la práctica profesional, integrando la práctica con los aspectos teóricos en un área natural propuesta, que cuenten con la complejidad y envergadura necesaria para que se cumpla con los objetivos establecidos.

#### **4.2. Alcances del Título:**

- Colaborar con otros profesionales en la organización y ejecución de acciones destinadas a la prestación operativa de Servicios Turísticos, hoteleros y afines, bajo estándares de calidad pre-establecidos.
- Colaborar con otros profesionales en el desarrollo de emprendimientos y acciones empresariales vinculadas al ámbito del turismo, la hotelería y los servicios afines en general.
- Organizar, ejecutar y supervisar la producción de servicios de hospedaje y de gastronomía (bares, confitería y afines), así como la prestación de servicios complementarios de información y asistencia a los viajeros.
- Aplicar procedimientos administrativos específicos para el sector.
- Colaborar con otros profesionales en el trazado de estrategias organizacionales.
- Colaborar con otros profesionales en la organización de espacios físicos y equipamiento de hoteles.





## 5. ESQUEMA GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

El Plan de estudios de la Tecnicatura tiene **3 años** de duración, está estructurado en **3 áreas** y organizado por semestres con **21 materias cuatrimestrales** y un **trabajo final**.

Las áreas agrupan las materias según el grado de afinidad disciplinar de sus contenidos. Estas son: Formación General, Formación Específica y de Integración del Conocimiento. La distribución de asignaturas por áreas es la siguiente:

### Área de Formación General

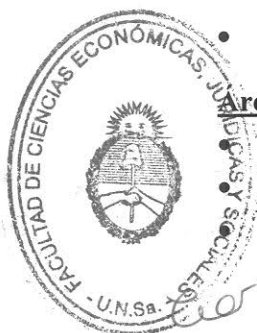
- Historia Regional
- Geografía del Turismo
- Antropología
- Inglés I y II
- Patrimonio Turístico
- Francés
- Ética y Legislación
- Relaciones Públicas y protocolo
- Elementos de Economía

### Área de Formación Específica

- Sistemas de Información Contable de Empresas Turísticas
- Hotelería I y II
- Administración de Empresas Turísticas
- Agencias de Viaje I y II
- Turismo Local y Regional
- Diseño de Circuitos Turísticos
- Comercialización

### Área para la Integración del Saber

- Planificación y Proyectos de Inversión
- Seminario de práctica Profesional
- Trabajo Final





ORDE N/ CÓDIG O	ASIGNATURA	REGIMEN DE CURSADO		CARGA HORARI A	
		Anual	Cuatrimestral		
			1°		2°
<b>PRIMER AÑO</b>					
1	Historia Regional		X	90	
2	Geografía del Turismo		X	90	
3	Antropología		X	60	
4	Inglés I			X 60	
5	Sistemas de Información Contable de Empresas Turísticas			X 90	
6	Patrimonio Turístico			X 60	
7	Elementos de Economía			X 90	
<b>Total 1° Año</b>				<b>540 hs.</b>	
<b>SEGUNDO AÑO</b>					
8	Inglés II		X	60	
9	Hotelería I		X	90	
10	Administración de Empresas Turísticas		X	90	
11	Agencias de Viajes I		X	60	
12	Turismo Local y Regional			X 90	
13	Hotelería II			X 90	
14	Agencias de Viajes II			X 60	
<b>Total 2° año</b>				<b>540 Hs.</b>	
<b>TERCER AÑO</b>					
15	Diseño de Circuitos Turísticos		X	60	
16	Comercialización		X	60	
17	Francés		X	60	
18	Seminario de práctica Profesional		X	60	
19	Planificación y Proyectos de Inversión			X 60	
20	Relaciones Públicas y Protocolo			X 60	
21	Ética y Legislación			X 60	
22	Trabajo Final			X 120	
<b>Total 3° año</b>				<b>540 hs.</b>	
<b>Total Carrera</b>				<b>1.620 hs.</b>	



*Handwritten signature*



## 6. CONTENIDOS MÍNIMOS

### 1º AÑO

#### 1- HISTORIA REGIONAL

Conocimientos de la historia que llega a contextualizar el Norte Argentino, dentro de la Región, desde la Instalación de las diferentes corrientes Indígenas, pasando por la llegada de los Conquistadores y siguiendo por las corrientes migratorias, a través de la época.

#### 2- GEOGRAFÍA DEL TURISMO

Brindar conocimientos generales de geografía y muy específicos del país como atractivo turístico. Patagonia austral, central; litoral; cuyo; centro del país; NOA; aprendizaje de todos sus centros turísticos, localidades de interés histórico, parques nacionales, patrimonios de la humanidad; sus diferentes accesos. Visitas a lugares cercanos.

#### 3- ANTROPOLOGIA

El concepto de Antropología y el surgimiento como disciplina científica. Las diferentes ramas de la Antropología: Antropología Biológica. Arqueología. Antropología Sociocultural. Etnografía y Etnología. Concepto de cultura. El abordaje antropológico de la cultura. Las comunidades aborígenes de Salta. Patrimonio Cultural: Patrimonio Arqueológico y Antropológico. Legislación vigente. Políticas de protección y conservación. Gestión y supervivencia de los recursos culturales: Manejo de recursos culturales en la Administración de áreas protegidas. Reglamento para la Preservación del Patrimonio Cultural.

#### 4- INGLES I

Conocimientos gramaticales elementales de la lengua inglesa. Interpretación de textos técnicos sencillos. Vocabulario mínimo de comprensión y respuesta para la atención del visitante en áreas protegidas.

#### 5- SISTEMAS DE INFORMACIÓN CONTABLE DE EMPRESAS TURISTICAS

La estructura patrimonial. Los informes contables para usuarios externos. Las variaciones patrimoniales. Las cuentas: concepto. Planes y manuales de cuentas. La partida doble: Fundamentos. Aspectos formales y jurídicos de la documentación respaldatoria. Registros contables: concepto, requisitos formales. Análisis de operaciones básicas y específicas. Preparación de informes contables de publicación e informes contables de gestión. La Empresa Turística: clasificación y estructura organizativa. Requisitos de apertura y reglamentación vigente. Relación y responsabilidad con otras empresas de servicios. Relaciones comerciales. Régimen legal. Operadores y prestadores de receptivo turístico, roles y funciones.





## 6- PATRIMONIO TURISTICO

Nociones básicas sobre arqueología. Desarrollo teórico e histórico de la disciplina. Su relación con otras ciencias. Técnicas más utilizadas, excavación, prospección, análisis en laboratorio, métodos de datación en arqueología: la datación radio carbónica. Antecedentes de investigación propios de la provincia de Salta. Poblamiento americano. Categorías arqueológicas espaciales. Tipos de sitios. Preservación. Materiales arqueológicos y disciplinas complementarias. Cerámica, restos óseos, lítico, arte rupestre.

## 7- ELEMENTOS DE ECONOMIA

Conceptos y definiciones básicas en economía. Escasez, elección y costo de oportunidad. Frontera de Posibilidades de Producción. Demanda individual y de mercado, oferta de una empresa y de la industria. Equilibrio. Elasticidades. Introducción a la teoría del consumidor y a la teoría de la firma. Estructuras de mercado. Introducción a la macroeconomía: Ecuación económica fundamental y el modelo de las tres brechas. Sector real, sector monetario y sector público. La inflación causas y consecuencias. El sector externo y los mercados cambiarios

## 2º AÑO

### 8- INGLES II

Tiempos de verbos; construcciones verbales; preposiciones. Vocabulario sobre aeropuertos, hoteles, excursiones, descripción de ciudades, trabajos y actividades al aire libre. Pasado de verbos regulares e irregulares. Expresiones coloquiales. Comparaciones, progresos en las funciones. Estilos de ciudades; elección de productos; compras, placeres de los viajes. Descripción de ciudades, museos, galerías de arte. El viaje al extranjero, todos sus componentes. Adverbios de frecuencia, adjetivos posesivos, artículos definidos e indefinidos. Viajes de negocios. Redactar mensajes, reservas en tiempo presente, pasado. Problemas, distintas formas de solución, quejas, disculpas. Comparaciones, consejos, comparación de adjetivos, superlativos. Como se ofrecen servicios; intenciones, pedidos; forma de dar instrucciones

### 9- HOTELERIA I

Concepto de Hospitalidad. Orientaciones básicas en los servicios de Hospitalidad. Roles y competencias. El hotel como empresa de servicios. Organigramas y funciones usuales. Servicios de información al huésped. El trabajo administrativo en Recepción. El departamento de Ama de Llaves. El departamento de Finanzas y Contabilidad. El departamento de Recursos Humanos. El departamento de Ventas. El departamento de Mantenimiento. El departamento de Alimentos y Bebidas. Herramientas contables y estadísticas para administrar Habitaciones y Alimentos y Bebidas. Evaluación de la gestión del departamento de Habitaciones. Evaluación de la gestión de Alimentos y Bebidas. Los Estados de Resultados. Presupuesto Operativo





### 10.-ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS

El proceso administrativo: Planeamiento, organización y control. Tipos de organización aplicables al turismo. Gestión de la empresa turística, definición, funciones y principios de organización. Conceptos básicos de administración de recursos humanos. Sistemas de información y control. El proceso de control. Tablero de mando integral.

### 11.- AGENCIA DE VIAJES I

Organización de la agencia minorista y mayorista; áreas de operación, formularios, organigrama y responsabilidades. Departamentalización. Comercialización de servicios individuales, grupales; uso de tarifarios de distintos operadores (manuales – on line), sobre información real. Relación con compañías aéreas. El margen comercial de un intermediario. Estacionalidades, prestadores de servicios. . Canales de comercialización. Relaciones con clientes, operadores, prestadores e intermediarios en general. Sistemas de determinación de costos en diferentes empresas turísticas. El costo de transporte terrestre especial. Costo de transporte aéreo especial – chárter-. Costeo de grupos especiales – aéreo y terrestre

### 12.- TURISMO LOCAL Y REGIONAL

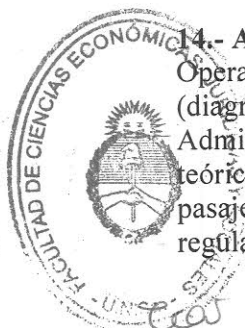
Espacio, territorio, paisaje y región. Procesos de producción del espacio. Nuevas configuraciones en la organización territorial. Mundialización del espacio geográfico. El espacio turístico. La tercerización económica. Procesos productivos y transformaciones territoriales. La apropiación de los recursos y su relación con el turismo. Los productos emblemáticos: enología y gastronomía. Las grandes regiones de atracción turística. Ecoturismo, Turismo cultural, turismo urbano, turismo temático. Fotografía, pesca, y otros productos locales.

### 13. HOTELERIA II

Las tecnologías de información y comunicación TICs en la estructura tradicional del mercado de viajes y turismo. La re-definición de la comercialización y distribución de los servicios turísticos. El proceso de Integración vertical y horizontal del mercado. Las oportunidades y desafíos de las TICs. La tendencia a la venta directa. Los proveedores de servicios y productos turísticos y las TICs. Los Sistemas Computarizados de Reservas GDS u CRS. Sistemas de gestión de destinos turísticos. Sistemas Informáticos aplicados a la gestión hotelera. Las ventajas del uso de Internet para la evolución del negocio del turismo y la hotelería desde la comunicación hasta la comercialización

### 14.- AGENCIAS DE VIAJE II

Operaciones. Sistema de gestión de atención al cliente, departamento de operaciones (diagramación y cotización), reservas, comunicaciones, legajo de clientes y pasajeros. Administración y contabilidad. Sistema de reservas AMADEUS. Base de procedimiento teórico y aplicación práctica de reservas (P.N.R.), servicios adicionales y servicios al pasajero. Información del Sistema con aplicación práctica al pasajero ( migraciones, regulaciones, eventos, etc.).



*Handwritten signature*



3° AÑO

**15.- DISEÑO DE CIRCUITOS TURISTICOS**

Transporte fluvial y marítimo que opera en el mundo, sus categorías, diferencias, beneficios. Documentación necesaria para viajes nacionales, regionales e internacionales. Informes de la OMT para moverse por el mundo con seguridad sanitaria. Desarrollo de un departamento de producto en la organización de un operador turístico; armado de programas, paquetes en las agencias mayoristas y agencias de viajes minoristas; proceso total de una venta; que documentación se debe entregar a un viajero. Introducción a la hotelería

**16.- COMERCIALIZACIÓN**

El Marketing en las organizaciones, los negocios y la sociedad. Valor. Calidad de Servicio al Cliente. Ética. Marketing y Sociedad. Marketing no empresarial. Organización, Planeamiento y Estrategias Competitivas. Conducta de compra del consumidor. Marketing de negocio a negocio. Segmentación, Diferenciación, Posicionamiento. Inteligencia Comercial e investigación de mercado. Producto. Servicio. Logística y Canales de distribución. Comunicaciones Integradas. Publicidad y Promoción -Marketing Directo y Ventas Personales. Precios. El mercado global. El Marketing en la era digital.

**17.-FRANCÉS**

Introducción a la fonología del francés. El alfabeto. Primer contacto: nombre, nacionalidad, dirección, profesión. Saludos. Formas de tratamiento. Pronombres personales, demostrativos, interrogativos. Verbos regulares (presente del indicativo). Verbos irregulares: ser, estar, "ter", etc. Compras. Situaciones relativas al turismo. Tiempo futuro, imperativo, gerundios. Vestuario. Ciudades, ubicaciones. Plurales. Practicas orales. Escucha de videos, CD.

**18.- SEMINARIO DE PRACTICA PROFESIONAL**

Los cursantes para graduarse, además de formarse en el campo laboral, deberá ser capaz de prestar apoyo técnico en la formación ambiental mediante identificación, recopilación, evaluación e interpretación de información en la práctica profesional, integrando la práctica con los aspectos teóricos en un área natural propuesta, que cuenten con la complejidad y envergadura necesaria para que se cumpla con los objetivos establecidos. El proceso de emprender. Gestación de la idea del negocio. Pensamiento sistémico. La competitividad desde los valores. La matriz de fuerzas competitivas. La cadena de valor. La segmentación de mercados





## 19.- PLANIFICACION Y PROYECTOS DE INVERSION

El estudio de proyectos de inversión. Las necesidades y los proyectos de inversión. Teoría de la planificación. El papel del gobierno en la planificación del desarrollo. El proceso de preparación y evaluación de proyectos. Alcances del estudio de proyectos. El estudio del proyecto como proceso. El mercado. El estudio técnico. La organización. El estudio financiero. Técnicas de evaluación. Análisis de riesgos. Estudios complementarios.

## 20.- RELACIONES PUBLICAS Y PROTOCOLO

Las Relaciones Públicas como parte del engranaje de una empresa: su composición, funciones, ventajas y desventajas. Las relaciones frente a los medios de comunicación masiva. Una visión crítica y detallada. Imagen y comunicación. La importancia de planificar en Relaciones Públicas. Etapas de un plan. Las Relaciones Públicas en acción: relación con el público interno y externo, con la comunidad y con la prensa. La responsabilidad en el ejercicio de las Relaciones Públicas. El protocolo. Centro de Convenciones de Salta. Características, fortalezas y Explotación. Formulación de una política de desarrollo turístico. Planeamiento estratégico para el turismo.

## 21.- ETICA Y LEGISLACION

La definición de la política turística. El papel de los gobiernos en el turismo. Nuevos modelos de administración. Competencias, ámbitos y jurisdicciones. Los organismos intergubernamentales del turismo. Las organizaciones privadas turísticas en Argentina. La política consensuada entre los sectores público y privado. Definición de responsabilidades. Concepto de contrato. Clasificación de los contratos. Sociedades. Tipos .Los contratos turísticos. El contrato de hospedaje. El contrato de viaje. La convención Internacional del contrato de viaje. Contrato de transporte. La visión de las directivas de la Unión Europea. El contrato de seguro y de asistencia al viajero. Competencias en materia turística. La normativa en el marco del Mercosur. Normas de turismo en la República Argentina. La regulación de los profesionales en turismo y hotelería.

## 22.- TRABAJO FINAL

Deberá elaborar un trabajo final escrito sobre un tema original o de revisión o de actualización y/o de propuesta de trabajo sobre temas que involucren áreas protegidas, uso y manejo de los recursos naturales y culturales, impacto o daño ambiental, influencia de las poblaciones vecinas a las áreas protegidas. La responsabilidad social en la puesta en valor de los proyectos turísticos.







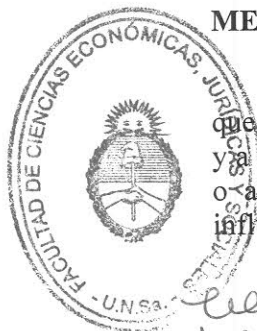
7. REGIMEN DE CORRELATIVIDADES

ASIGNATURA	Para Cursar		Para Rendir	
	Regularizada	Aprobada	Regularizada	Aprobada
<b>PRIMER AÑO</b>				
1-Historia Regional				
2- Geografía del Turismo				
3- Antropología				
4- Inglés I				
5- Sistemas de Información Contable de Empresas Turísticas				
6- Patrimonio Turístico	1-2			1-2
7- Elementos de Economía				
<b>SEGUNDO AÑO</b>				
8- Inglés II	4			4
9-Hotelaría I				
10- Administración de Empresas Turísticas	5			5
11- Agencias de Viajes I				
12- Turismo Local y Regional	1,2			1,2,3
13- Hotelaría II	9			1,2,3,9
14- Agencias de Viajes II	11			1,2,3,11
<b>TERCER AÑO</b>				
15- Diseño de Circuitos Turísticos	6	1,2,3		4,5,6,
16- Comercialización	7	1,2,3		4,5,6,7
17- Francés	8	1,2,3,4		4,5,6,8
18- Seminario de práctica Profesional		1º año	10,11,13,14	1º año
19- Planificación y Proyectos de Inversión	10	4,5,6,7	12,13,14	8,9,10,11
20- Relaciones Públicas y Protocolo		4,5,6,7		8,9,10,11
21- Ética y Legislación		4,5,6,7		8,9,10,11
22- Trabajo Final	18	2º año		de 1 a 21

8. METODOLOGIA DE ENSEÑANZA Y FORMA DE EVALUACIÓN

METODOLOGÍA:

En esta propuesta se concibe al **aprendizaje** como una construcción histórico-social que da cuenta de las distintas prácticas sociales y de las condiciones reales de su producción y la **enseñanza** como una práctica humana que compromete moralmente a quien la realiza o a quien tiene iniciativas con respecto a ella (Tom, 1984). La enseñanza implica la influencia de unas personas en otras. Esta influencia se ejerce en parte, en desigualdad de



*Handwritten signature*



Universidad Nacional de Salta



Facultad de Ciencias Económicas,  
Jurídicas y Sociales

poder y autoridad -profesor-alumnos- y en parte, responde a una intencionalidad educativa, llevándose a cabo actividades tendientes a fines deseables. No se es indiferente ante la relación profesor-alumno y lo que se pretende enseñar y cómo. Las intervenciones no son accidentales u obligatorias, sino que representan el compromiso con la práctica educativa que le da sentido a su desarrollo como disciplina y como ciencia.

Ambos procesos no deben ser analizados como entidades aisladas, ya que su punto de encuentro es el aula, la institución escolar y en nuestro caso, la universidad. Lo que ocurre en las aulas no puede ser entendido en el marco de las categorías de comprensión de los sujetos -docentes, estudiantes- sino en relación a la estructura organizativa del aula que se encuentra interrelacionada con presiones intra y extra aula, las que pueden ser apreciadas o no por los profesores y/o estudiantes.

Concebimos al aula como un complejo escenario donde se construye el aprendizaje y donde se articulan e interactúan aspectos psicológicos, institucionales, socio-culturales, políticos, conscientes o inconscientes, que hacen de este escenario un fenómeno complejo. Entender la realidad del aula como un sistema "vivo" favorece la comprensión de los procesos cognitivos y afectivos que allí se producen.

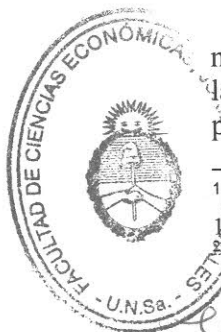
En cuanto al aprendizaje, como ya dijimos, es la construcción de estructuras conceptuales para explicar o entender un fenómeno, hecho o situación en su proceso o aspectos contradictorios. Esto es el procesamiento de la realidad a través de la asimilación y el surgimiento de nuevas conductas y conocimientos, constituyendo así el aprendizaje básicamente cognoscitivo. Es importante señalar también las otras dimensiones que constituyen al sujeto y su capacidad de aprender, integrando lo intelectual con lo subjetivo/emocional. Es decir, la estructura subjetiva con el desarrollo afectivo da cuenta de los deberes y deseos del sujeto, influenciado por una cultura que le determina códigos de comunicación, un lenguaje y marcos referenciales. Desde esta perspectiva, el/la alumno/a es soporte de su propio aprendizaje, determinado por condiciones externas e internas y por una práctica que pone en funcionamiento su condición de re significar los contenidos, esto es, producir construcciones conceptuales y ubicarlas en la trama de un cuerpo de conocimientos.

En el artículo titulado "Una duda radical" Bourdieu<sup>1</sup> insiste en que para conocer el mundo social es necesario practicar "la duda radical" que consiste justamente en poner en tela de juicio todo lo aprendido como parte de la socialización. Plantearse la duda implica pensarse como un sujeto inmerso en condiciones y posiciones sociales tanto en la vida cotidiana como en el mundo académico/científico.

La manera que propone el autor de no caer en la trampa de la persuasión que el mundo de la vida cotidiana y el mundo de las tradiciones académico-científicas ejerce sobre la persona del profesional/investigador, es la de realizar una "historia social de los problemas, objetos e instrumentos de pensamiento"<sup>2</sup>, la historia social de la construcción de

<sup>1</sup> Bourdieu, P. y Wacquant, L. "Respuestas. Por una antropología reflexiva". Ed. Grijalbo. México, 1995. págs. 177 - 184.

<sup>2</sup> Bourdieu, P. y Wacquant, L. op. cit. pág. 178.



*Handwritten signature*



los conceptos e instrumentos para analizar la realidad social. La advertencia también es clara cuando afirma que toda ruptura epistemológica de este tipo también implica rupturas sociales, ya que atenta contra conocimientos legitimados, contra científicos que han fundado su prestigio en estos constructos teóricos, contra el *status quo* imperante en el campo disciplinar y académico.

Entre el investigador y la teoría social se establece una relación paradójica: para aprender una ciencia es necesario adentrarse en sus principios fundantes, socializarse en ella, ser iniciado por otros más expertos que influyen en la manera de pensar lo social. Elementos sin duda necesarios para construir, pero que muchas veces se instalan en el iniciado con la fuerza de dogma y no le permiten ir más allá de esos límites. Bourdieu, en su artículo “*Doublebind y conversión*”, invita a romper con este entrapamiento. Para poder producir una ruptura con las prenociones del sentido común científico, es necesario haberse adentrado en la disciplina, pero es justamente ese proceso de apropiación el que dificulta el proceso de cuestionamiento y duda, ya que impone un velo, opacando las posibilidades de reflexión crítica.

En este sentido, la tarea de enseñar en las diferentes asignaturas lleva implícita una fuerte paradoja, pues entraña el riesgo de la transmisión rígida de conceptos que, por muy renovados que parezcan, pueden ser transmitidos y/o utilizados como dogmas sin posibilidades de ruptura. Difícil y a la vez apasionante tarea la de enseñar, ya que necesita transmitir a partir de cuestionar tradiciones académicas y conceptos teóricos, pero requiere al mismo tiempo que el alumno pueda consolidar sus conocimientos, mientras va construyendo desde esas rupturas.

#### Carácter de las Clases:

- En el trabajo cotidiano se pone especial atención en trabajar con las competencias cognitivas y prácticas de los alumnos. Lo que se trata de hacer, sin resignar los contenidos propuestos ni disminuir la complejidad de la bibliografía seleccionada en cada asignatura, es trabajar con actividades que permitan desarrollar (en algunos casos) y mejorar (en otros) las competencias en las que los alumnos presentan dificultades y trabajar en crecientes niveles de complejidad.
- En las diferentes clases se avanzará en crecientes niveles de complejidad. Se **expondrán** las ideas centrales de cada unidad, eje temático, o el esquema que adopte cada asignatura, haciendo referencia a las fuentes bibliográficas y comentándolas toda vez que sea posible, por lo que se requiere a los alumnos la lectura anticipada de la misma.
- Las clases podrán tener un carácter **Teórico-práctico**. Para ello se adoptan algunas estrategias que ofrece la modalidad de “**Taller**” como opción metodológica y espacio que permite articular lo teórico con lo metodológico/instrumental y los aspectos de la realidad sobre la que se pretende actuar. Esta modalidad permitiría la reflexión, problematización, deconstrucción y elaboración de los conceptos específicos de las diferentes asignaturas. Según el número de alumnos que cursan las asignaturas será más fácil adoptar esta modalidad en toda su expresión.



Bourdieu, P. y Wacquant, L. op. cit. pags. 185-190

*er*  
*ju*



### Trabajos Prácticos y Actividades de Campo:

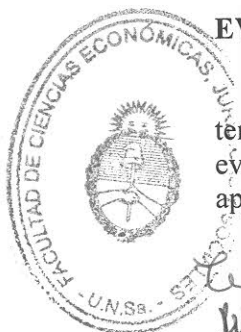
- **Trabajos prácticos:** Si bien con la modalidad de taller la actividad práctica es recurrente, se destinarán momentos específicos para evaluar el nivel de aprendizaje logrado (grupal e individualmente), aclarar conceptos y reorientar el aprendizaje. En los trabajos prácticos se pondrán en práctica las actividades instrumentales y meta cognitivas (señaladas a continuación). Además, en algunas instancias, estos trabajos estarán en estrecha relación con los trabajos de campo que en las diferentes asignaturas se realicen.
- **Trabajo de campo:** El propósito de estas actividades es poner al estudiante en contacto con problemáticas específicas del campo del Derecho, ampliando el horizonte de aprendizaje, realizando transferencias a situaciones concretas y familiarizarse con este campo de aplicación desde los primeros años de la carrera.

### Actividades instrumentales y meta cognitivas:

- Se trabajará con diferentes **técnicas de estudio:** fichas bibliográficas, resúmenes, síntesis, cuadros comparativos, mapas conceptuales, etc., que permitan al estudiante una lectura crítica y comprensiva mediante el reconocimiento de categorías relevantes, a la vez que superar (progresivamente) aquellas dificultades con las que ingresaron a la carrera.
- Se elaborarán **informes escritos, puestas en común orales**, etc. en base a las lecturas obligatorias para dar cuenta de la profundización y complejización de los contenidos abordados y sus diversas maneras de asimilación. Además, como forma de ir poniendo a consideración de los compañeros, los logros en el trabajo de campo.
- Se **recuperarán, para ser de-construidas en clases, las producciones** de los estudiantes, analizando (grupal e individualmente) por un lado, las distintas consignas presentadas y las dificultades en su interpretación y, por otro, las operaciones práctico-cognitivas puestas en juego en la realización de las actividades. Con esta actividad se generan algunas oportunidades de reflexión meta cognitiva, tendientes a iniciar en los estudiantes procesos de autoevaluación.

### EVALUACIÓN:

Entendido el aprendizaje como un “proceso de construcción”, la evaluación debe tener en cuenta el desarrollo de ese proceso en forma permanente. Cabe aclarar que la evaluación no sólo forma parte de los procesos de enseñanza y de aprendizaje, sino que es un aprendizaje en sí misma.





Considerar a la evaluación como un proceso implica concebirla como una actividad continua, no limitada a momentos específicos, ni restringida a la medición de resultados al finalizar el curso o el programa. No se trata sólo de verificar si cada estudiante adquirió un conjunto de habilidades, una acumulación de información, o un tipo de conocimiento, y a partir de allí cuantificarlo. El proceso de evaluar permite, a alumnos y docentes, reflexionar sobre la enseñanza y el aprendizaje y responder a preguntas tales como: ¿por qué se enseñó tal tema?, ¿qué se aprendió de él?, ¿qué no se aprendió?, ¿por qué?, ¿cuáles procesos acompañaron esa actividad?, entre otros interrogantes. En una palabra, como anteriormente mencionamos, se trata de realizar una actividad meta cognitiva que permita reflexionar sobre lo que enseñamos y aprendemos.

Las evaluaciones apuntan a conocer los logros alcanzados por los alumnos, en relación a los objetivos de las asignaturas, en tres tipos de contenidos: Conceptuales, Procedimentales o instrumentales y Actitudinales o valorativos. Se parte de la idea que los conocimientos alcanzados en cada evaluación tienen el carácter de provisional y que la construcción de los mismos se desarrolla en una interacción dialéctica entre las experiencias propias y las de los demás compañeros y miembros de la sociedad en un contexto socio-cultural determinado.

Esta forma y propósitos de la evaluación tiene su correlato en los ejes definidos, los contenidos seleccionados, su secuenciación y organización; los que son desarrollados a través de la intervención del docente en el proceso de enseñanza para orientar y facilitar el aprendizaje. Bajo esta concepción se está presuponiendo que el docente es parte involucrada en el proceso de evaluación, por lo tanto debe hacer una mirada o lectura crítica permanente a su propia práctica y valorar las opiniones de los otros involucrados (los alumnos) en su tarea cotidiana.

La evaluación como proceso intenta:

- explorar las ideas o conocimientos previos de los/las alumnos/as,
- facilitar caminos para la relación con las nuevas ideas,
- propiciar la justificación, argumentación y expresión de opiniones y de conclusiones en los trabajos,
- revisar permanentemente los conocimientos alcanzados,
- asumir responsabilidades individuales y grupales,
- compartir con otros las ideas respetando las disidencias.

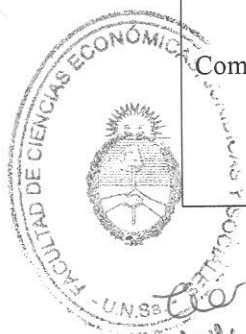
En síntesis, la evaluación posibilita un proceso que desemboca en la construcción de nuevos conocimientos y de nuevos aprendizajes.





9. SISTEMA DE EQUIVALENCIAS

Asignatura de la carrera de Pregrado Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo	Asignatura de carrera de Grado (Contador Público Nacional y/o Licenciatura en Administración y/o Licenciatura en Economía, planes de estudios 2003)	Equivalencias (Temas de los Contenidos Mínimos que el estudiante debe rendir para lograrla)	
		De Tecnicatura a Carreras de Grado	De Carreras de Grado a Tecnicatura
Sistemas de Información Contable de Empresa Turísticas	Contabilidad I (carreras CPN, LA y LE)	NINGUNO (Equivalencia TOTAL)	NINGUNO (Equivalencia TOTAL)
Elementos de Economía	Economía I (carreras CPN, LA y LE)	Problemas económicos. Sistemas de precios. Oferta, Demanda y mercado. Teoría del consumidor. Teoría de la firma. Estructura del mercado. Distribución del ingreso.	Introducción a la macroeconomía: Ecuación económica fundamental y el modelo de las tres brechas. Sector real, sector monetario y sector público. La inflación causas y consecuencias. El sector externo y los mercados cambiarios.
Administración de Empresas Turísticas	Principios de Administración (carreras CPN, LA y LE)	La Organización como Sistema	Tablero de Mando Integral
Comercialización	Comercialización I (carrera LA)	NINGUNO (Equivalencia TOTAL)	El Marketing en las organizaciones, los negocios y la sociedad. Valor. Calidad de Servicio al Cliente. Ética. Marketing y Sociedad. Marketing no empresarial. Organización, Planeamiento y Estrategias Competitivas.



*Julio A*



### 10. RECURSOS DISPONIBLES Y NECESARIOS

ACTIVIDADES	BIBLIOGRAFIA	HEMEROTECA	TRABAJO DE CAMPO	INFORMATICO
DOCENCIA	100 libros por año.	20 publicaciones por año	No previstos	1 gabinete con acceso a internet compuesto por 30 maquinas, 2 servidores, 2 hubs y cableado, impresoras 3 multifunción y 1 laser; UPS; mobiliario. Programas de gestión hotelera, de empresas de viajes y turismo, contable. Licencia de acceso para entrenamiento sistema de reservas de transporte aéreo Amadeus.
INVESTIGACION	No previstos		No previstos	No previstos
EXTENSION	No previstos		No previstos	No previstos

### 11. PROPUESTA DE EVALUACIÓN Y/O AUTOEVALUACIÓN DE LA CARRERA

La Carrera se evaluará periódicamente. Para ello se propone la conformación de una “Comisión de Seguimiento y Evaluación”, conformada por autoridades, docentes, alumnos y personal administrativo. Dicha comisión tendrá como función: fijar criterios de evaluación, establecer mecanismos de relevamiento de información y sugerir políticas curriculares a partir del análisis de la información, entre otros aspectos.

Es recomendable que el proceso de evaluación de la Carrera y su Plan de Estudios contemple, al menos, las siguientes cuestiones:

- **Dimensión temporal:** es deseable que se realicen evaluaciones anuales (para corregir aspectos del diseño curricular y su implementación) y evaluaciones por cohortes (que permitirá conocer sobre la efectividad de la propuesta formativa).
- **Dimensión Espacial:** alude al ámbito sobre el que se realizará el recorte de las cuestiones que serán objeto de análisis (las funciones de docencia, investigación, extensión; la administración; la conducción; los egresados y su inserción profesional; etc. o la combinación de estos aspectos).

**Dimensión de los sujetos:** tomando como referente las dos dimensiones anteriores, en esta se tendrá en cuenta en cuál/es de los actores se focaliza la mirada: docentes, alumnos, egresados, administrativos o autoridades.

- **Dimensión Metodológico-Conceptual:** hace referencia al encuadre teórico y metodológico de la evaluación. Los posicionamientos determinan la profundidad de la evaluación. Existen opciones que permiten estudios más abarcativos y generalizadores y otras que favorecen la mirada más profunda y comprensiva. Ambas alternativas pueden combinarse según sea la intencionalidad política y administrativa.



*Car  
Jull*