

Exp. 615/17 c/2309/16

C. 276/17

ESA/ec

SECRETARÍA GENERAL DEL CONSEJO DE EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL

Montevideo, 30 de mayo de 2017.

Considerado por el Consejo de Educación Técnico Profesional en sesión de fecha 30/05/17 (Acta N° 102), por unanimidad 3 en 3, resuelve: Tomado conocimiento de la Resolución N° 4 – Acta N° 28 adoptada en sesión de fecha 24/05/17 del Consejo Directivo Central, pase a la Dirección de Comunicaciones para su publicación en la Página Web. Cumplido, siga al Departamento de Administración Documental para comunicar a los Programas de Planeamiento Educativo – Departamento de Desarrollo y Diseño Curricular, de Educación en Administración, Comercialización y Servicios – Coordinación de Turismo y de Educación Básica – Inspección Técnica de Inglés y a la Mesa Permanente de la Asamblea Técnico Docente. Hecho, archívese.

Por el Consejo.



Esc. Elena SOLSONA ARRIBILLAGA

Secretaria General



ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE
EDUCACIÓN PÚBLICA
CONSEJO DIRECTIVO CENTRAL

Montevideo, 24 MAY 2017

ACTA 28

RES. N° 4

Exp. 2017-25-4-000615 c/5ro

Imx

VISTO: La Resolución N°666, Acta N°94 de fecha 29 de marzo de 2017 del Consejo de Educación Técnico Profesional.

RESULTANDO: I) Que por el citado acto administrativo se aprobó el Plan de Estudios del Bachillerato Profesional en Alojamiento y Agencias de Viajes, los Programas de las asignaturas de 3er. año, su Esquema Curricular y el Anexo de Evaluación, agregados de fs.121 a 179 de obrados;

II) Que asimismo eleva las actuaciones para su homologación por este Órgano Rector;

CONSIDERANDO: I) Que la Ley General de Educación N°18.437 en su Art. 59 lit. D) establece que: *"es cometido del Consejo Directivo Central homologar los planes de estudios aprobados por los Consejos de Educación"*;

II) Que se estima pertinente homologar lo actuado por el Consejo de Educación Técnico Profesional;

ATENTO: A lo expuesto,

EL CONSEJO DIRECTIVO CENTRAL DE LA ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE EDUCACIÓN PÚBLICA, Resuelve:

Homologar lo actuado por el Consejo de Educación Técnico Profesional en Resolución N°666, Acta N°94 de fecha 29 de marzo de 2017, en relación al Plan de Estudios del Bachillerato Profesional en Alojamiento y Agencias de Viajes, los Programas de las Asignaturas de 3er. año, su Esquema Curricular y el Anexo de Evaluación, agregados de fs.121 a 179 de obrados y que forma parte de la presente resolución.

Pase al Consejo de Educación Técnico Profesional.


Dra. Mónica Araújo Suárez
SECRETARÍA ADMINISTRATIVA
ANEP - CODICEN


Presidente
CODICEN
Consejo Directivo Central
Administración Nacional de Educación Pública



Consejo de Educación
Técnico Profesional
Universidad del Trabajo del Uruguay

ADMINISTRACIÓN NACIONAL DE EDUCACIÓN PÚBLICA

CONSEJO DE EDUCACIÓN TÉCNICO-PROFESIONAL

EXP. 615/17 c/2309/16

Res. 666/17

ACTA N° 94, de fecha 29 de marzo de 2017.

VISTO: La solicitud de aprobación del Plan de Estudios del Bachillerato Profesional en Alojamiento y Agencias de Viajes, los Programas de las Asignaturas del 3er. Año, su Esquema Curricular y el Anexo de Evaluación, elevada por el Departamento de Desarrollo y Diseño Curricular;

RESULTANDO: I) que dicha propuesta fue elaborada por una Comisión Institucional integrada por: Prof. Ana SALOM, Prof. Luis DI MURO, Prof. Susana CARDOSO, Prof. Oscar IROLDI, Sra. Silvia TECHERA, Prof. Elías FARAH, Prof. Miriam SOUZA, Prof. Guadalupe BARRETO, Prof. Rosa AMABILE, Prof. Antonio STATHAKIS, Lic. Lorena COUSILLAS, Sr. Carlos CASTRO y Lic. Lorena GUILLAMA;

II) que de fs. 103 a 106, se adjuntan las Actas de Reunión;

CONSIDERANDO: que este Consejo estima pertinente aprobar lo solicitado;

ATENTO: a lo expuesto;

EL CONSEJO DE EDUCACIÓN TÉCNICO-PROFESIONAL POR UNANIMIDAD (DOS EN DOS), RESUELVE:

1) Aprobar el Plan de Estudios del Bachillerato Profesional en Alojamiento y Agencias de Viajes, los Programas de las Asignaturas del 3er. Año, su Esquema Curricular y el Anexo de Evaluación, elevada por el Departamento de Desarrollo y Diseño Curricular que a continuación se detallan:

ESQUEMA DE DISEÑO CURRICULAR

Identificación	Código SIPE	DESCRIPCIÓN	
Tipo de Curso	052	Bachillerato Profesional	
Orientación	40E	Alojamiento y Agencias de Viajes	
Sector	713	Turismo	
Modalidad	Presencial		
Perfil de Ingreso	Egresados de la Educación Media Profesional (EMP) en las orientaciones: Alojamiento y posteriores propuestas del sector turístico-hoteler, egresados de los cursos de Formación Profesional Superior (FPS) en Recepción Hotelera y Auxiliar Técnico en Reservas y Ventas de Agencias de Viajes (Plan 1999/2000, discontinuados).		
Duración	Horas totales:	Horas semanales:	Semanas
	1152	36	32
Perfil de Egreso	El egresado podrá: Comprender los fundamentos científicos-tecnológicos de los procesos productivos, relacionando la teoría con la práctica en las diversas áreas del saber, con vistas al ejercicio de la ciudadanía y la preparación para el trabajo, basado en una construcción dialéctica del conocimiento. Buscar, seleccionar, interpretar y comunicar información científico-técnico-tecnológica referida al área de formación específica. Reconocer y aplicar medidas de protección ambiental y la cultura local, valorando la dualidad beneficio-perjuicio del desarrollo científico técnico tecnológico. Desarrollar actitud ética, autonomía intelectual y pensamiento crítico. Comprender el entorno social, económico, cultural y ambiental en que viven. Saber convivir y trabajar en equipo, desempeñando diferentes roles y desarrollando una actitud crítica ante el trabajo personal y colectivo. Promover el desarrollo de un turismo sostenible, considerando el respeto al medioambiente, integrando la visión de los diversos actores sociales. Atender al huésped / cliente aplicando procedimientos de calidad total, buscando su fidelización. Operar programas computacionales y software específicos como instrumentos de gestión en el sector turístico y hotelero. Comunicar información general y específica de la industria turística y hotelera en forma oral y escrita, adecuada y correcta; realizar este procedimiento en los idiomas inglés y portugués. Desempeñar funciones operativas con eficiencia el área de alojamiento en empresas hoteleras, durante al Ciclo del Huésped: Reservas, Check-in, Estadía y Check-out, incluyendo Auditoría y Housekeeping (pisos, áreas públicas, lavandería y lencería). Otorgar atención a los clientes de acuerdo a su diversidad cultural para responder a sus expectativas de servicio de calidad. Ejecutar estrategias de comercialización y marketing, utilizando diversas herramientas comunicacionales. Conocer las normativas legales, trámites y documentación turística relacionada con el sector alojamiento y agencias de viajes. Analizar la información contable y aplicar elementos contables acotados a su nivel de responsabilidad, dentro del organigrama de la empresa. Operar los equipos y las herramientas tecnológicas utilizadas en la gestión administrativa, que le permiten elaborar documentación de texto, hojas de cálculo y presentaciones gráficas mediante herramientas de software. Utilizar herramientas comerciales turísticas a través de tecnologías de la información y la comunicación, para la difusión y venta de productos, programas y servicios de		



Consejo de Educación
Técnico Profesional
Universidad del Trabajo del Uruguay

	acuerdo a parámetros de sostenibilidad, políticas de la empresa y necesidades del cliente. Comunicarse en forma efectiva con superiores, clientes y compañeros de trabajo, de manera individual y colectiva, creando ambientes cordiales y de respeto. Demostrar respeto por la diversidad, trabajando y tratando con dignidad y sin hacer distinciones entre personas de distintos orígenes, nivel socio económico, etnias, culturas, credos o género.			
Créditos Educativos y Certificación	Título	Bachiller Profesional en Alojamiento y Agencias de Viajes Técnico de Nivel Medio en Alojamiento y Agencias de Viajes		
Fecha de presentación: 06/03/17	Exp. N° 615/17 c/ 2309/16	Res. N° 666/17	Acta N° 94	Fecha 29/03/17

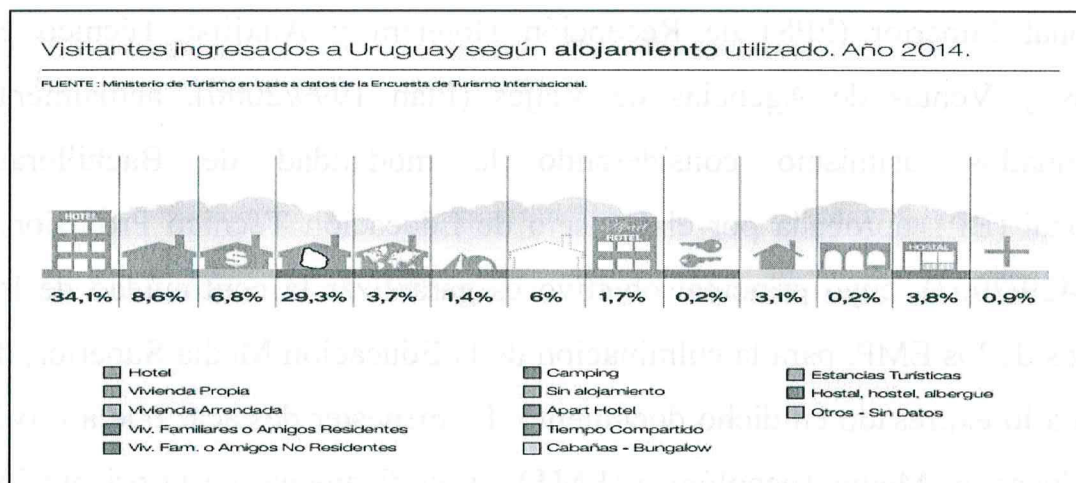
ANTECEDENTES

Tomando en cuenta los lineamientos estratégicos propuestos en el Plan Quinquenal 2010 – 2014, el Consejo de Educación Técnico Profesional – Universidad del Trabajo del Uruguay (CETP – UTU) de proveer los mecanismos necesarios para garantizar la continuidad educativa y el derecho a la educación de los estudiantes a través de la formación Técnica, Tecnológica y Profesional y la ausencia en el área Hotelería y Turismo de una propuesta educativa que otorgue la continuidad a los cursos de Educación Media Profesional (EMP) en Alojamiento y Agencias de Viajes y los de Formación Profesional Superior (FPS) de Recepción Hotelera y Auxiliar Técnico en Reservas y Ventas de Agencias de Viajes (Plan 1999/2000), actualmente discontinuados; asimismo considerando la modalidad de Bachillerato Profesional (BP), aprobada por el Consejo de Educación Técnico Profesional (Exp. 6429/2007), cuyo principal objetivo es garantizar la continuidad de los egresados de los EMP, para la culminación de la Educación Media Superior, de acuerdo a lo expresado en dicho documento. Es menester destacar que a través de la Educación Media Tecnológica (EMT), específicamente en la orientación Turismo, no se logra la profundización requerida a nivel formación profesional, que si adquieren los egresados de los EMP de Alojamiento y Agencias de

Viajes o los FPS discontinuados en Recepción Hotelera y Auxiliar Técnico en Reservas y Ventas de Agencias de Viajes, con un perfil técnico más específico, adecuado a las necesidades del mercado laboral, de acuerdo a los perfiles ocupacionales correspondientes.

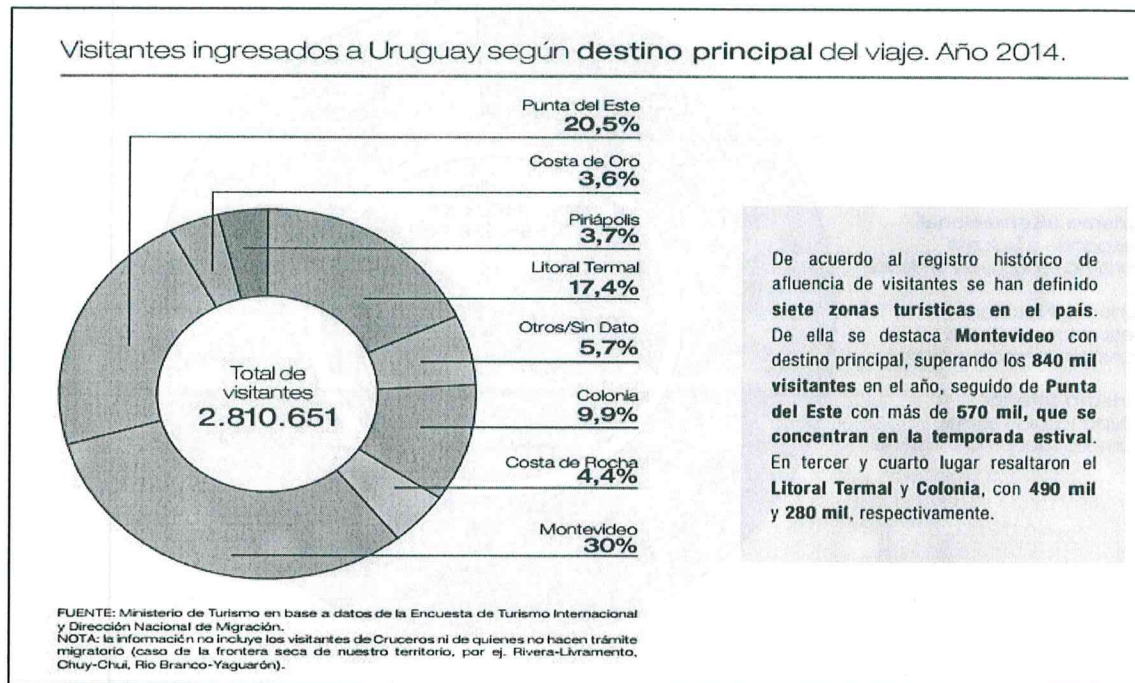
FUNDAMENTACIÓN

De acuerdo a datos obtenidos en el mes de abril de 2016, Uruguay cuenta con aproximadamente 500 establecimientos que brindan alojamiento, repartidos de la siguiente manera: 394 Hoteles, 45 Hostels, 101 Establecimientos Rurales y 42 campings; considerando únicamente los 394 hoteles y sus 20.000 habitaciones disponibles en el país y teniendo en cuenta una ocupación anual promedio del 50 %, se totalizan 10.000 noches / habitación ocupadas por día, que representan la contratación en forma permanente y zafral de aproximadamente 6.500 empleados en el área Alojamiento entre el Sector Limpieza (Gobernantas, Mucamas y otros) y el Sector de Recepción, Reservas y Conserjería.

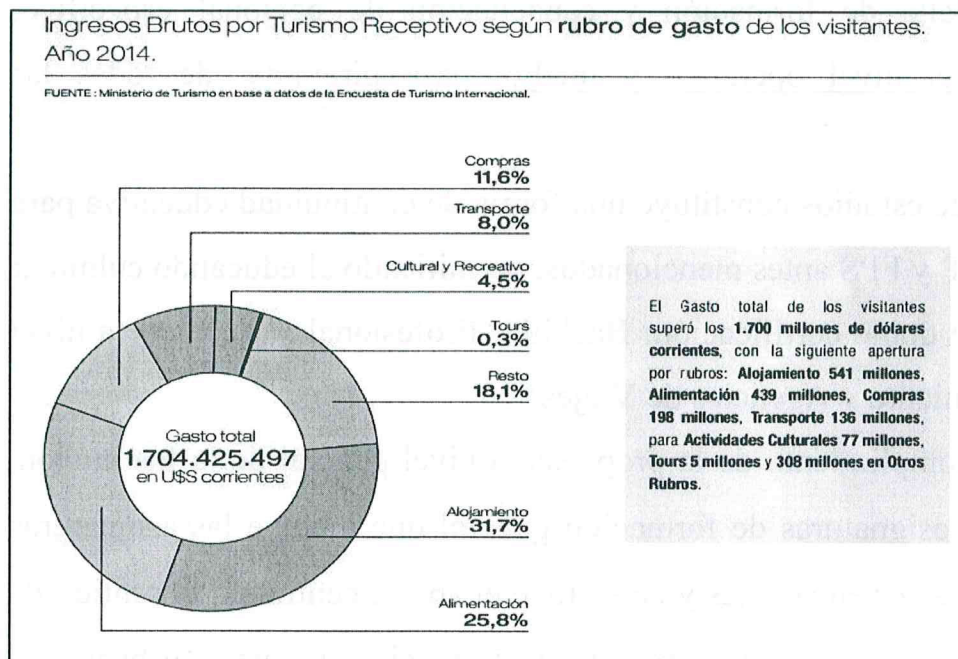


A nivel de Agencias de Viajes y Operadores Turísticos, considerando el Turismo Receptivo, Uruguay recibe aproximadamente 3.000.000 de visitantes

al año, repartidos en los siguientes destinos:

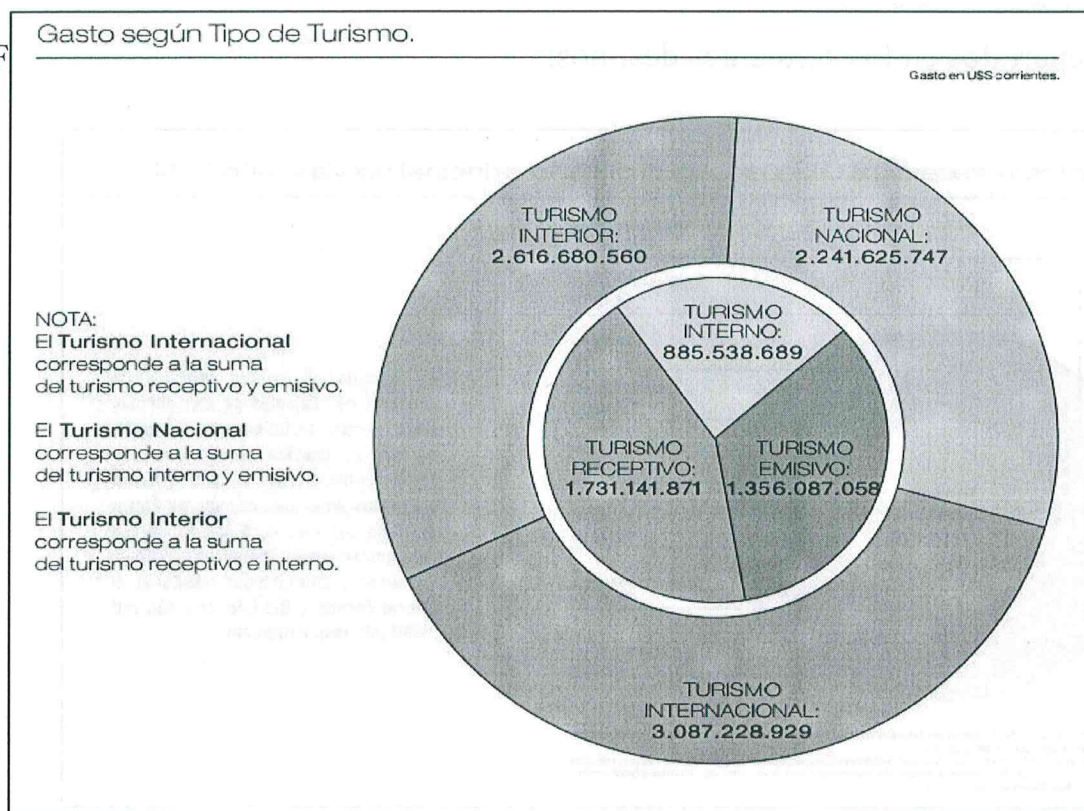


El Turismo Receptivo genera cada año, cifras cercanas a los 2.000 millones de dólares, repartidos de la siguiente manera:



Teniendo en cuenta el gasto, según el Tipo de Turismo, las cifras se multiplican

(F)



Como conclusión, se evidencia claramente el desarrollo sostenido del turismo en el Uruguay, el aumento constante de la demanda por los diferentes destinos turísticos y la falta de formación y capacitación de personal específico, mayormente en el nivel operativo y medio, base piramidal de todas las organizaciones.

El presente plan de estudios constituye una forma de continuidad educativa para los planes de EMP y FPS antes mencionados, permitiendo al educando culminar el Nivel II con la doble certificación: Bachiller Profesional y Técnico (a nivel Medio) en Alojamiento y Agencias de Viajes.

Asimismo y en cumplimiento de la propuesta a nivel general de la Institución, se mantienen las asignaturas de formación general que incluye las asignaturas comunes a todas las orientaciones y constituye el aporte central en el sentido de dar unidad al plan, así como de garantizar la formación integral del bachiller,

con un total de 10 horas semanales: Matemática, Análisis y Producción de Textos, Ciencias Sociales (Economía) e Introducción a la Filosofía.

El componente Científico – Tecnológico incluye las asignaturas: Cultura y Hospitalidad, Informática aplicada, Introducción al Marketing Turístico, Legislación Comercial y Laboral aplicada al Turismo, Planificación Turística y Proyecto, Principios de Administración y Contabilidad y los idiomas aplicados: Inglés y Portugués Turísticos.

La Práctica Profesional (Taller), con una carga semanal de 8 horas, se divide en dos unidades de 4 horas diferenciadas: Taller Profesional de Alojamiento (Hotelería) y Taller Profesional de Agencias de Viajes. El desarrollo del componente Taller Profesional incluye realización o acreditación ante el docente de Taller de al menos 40 horas de práctica (pasantías remuneradas o no, experiencia laboral en el área).

Si estos espacios no lograsen concretarse, el docente de taller deberá asegurar los mecanismos para evaluar los aprendizajes. En el caso de los estudiantes provenientes del EMP de alojamiento y FPS en Recepción hotelera, la práctica la deberán realizar en el Área de Agencias de viajes. Para los estudiantes que provengan del FPS Auxiliar técnico en Reservas y ventas de Agencias de Viajes (Plan 1999/2000), dicha práctica deberán realizarla en el área de Alojamiento: Recepción, Conserjería, Reservas, Telefonía y Housekeeping (limpieza y acondicionamiento de habitaciones, Lavandería, Lencería)

En relación al Componente Optativo, todos los módulos del Espacio Curricular Optativo General de Educación Media Superior son elegibles. Para el caso de los estudiantes provenientes del FPS se debe asegurar la oferta del curso Teoría del turismo.

OBJETIVOS

El principal objetivo es garantizar la continuidad educativa de los egresados de los EMP, para la culminación de la Educación Media Superior, propendiendo a la formación profesional de nivel avanzado, que permita adquirir al educando las habilidades y destrezas necesarias para un rápido ingreso al campo laboral en el área específica, asimismo la doble titulación como Bachiller Profesional en Alojamiento y Agencias de Viajes y la certificación de Técnico de Nivel Medio en Alojamiento y Agencias de Viaje.

REQUISITOS DE INGRESO

Egresados de la Educación Media Profesional (EMP) en las orientaciones: Alojamiento y Agencias de Viajes, egresados de los cursos de Formación Profesional Superior (FPS) en Recepción Hotelera y Auxiliar Técnico en Reservas y Ventas de Agencias de Viajes (Plan 1999/2000, discontinuados).

ESQUEMA CURRICULAR

COMPONENTES	ASIGNATURAS	Año Único
Componente de Formación General	Análisis y Producción de Textos	3 hs.
	Ciencias Sociales (Economía)	2 hs.
	Introducción a la Filosofía	2 hs.
	Matemática	3 hs.
Componente Profesional Científico Tecnológico	Cultura, Ciudadanía y Hospitalidad	3 hs.
	Inglés Turístico	3hs
	Legislación aplicada al Turismo	3 hs.
	Planificación Turística y Sustentable: Proyecto	3 hs.
	Administración	4 hs.
	Portugués Turístico	2 hs.
Componente Práctica Profesional	Taller Profesional de Agencias de Viajes *	4 hs.
	Taller Profesional de Alojamiento *	4 hs.
Total de Horas Curriculares Semanales		36 hs.
Componente Optativo	Todos los módulos del Espacio Curricular Optativo General de Educación Media Superior son elegibles Todos los módulos del Espacio Curricular Optativo de Profundización de Educación Media Superior son elegibles	2 hs.

*El desarrollo del componente Taller Profesional incluirá horas de práctica (pasantías remuneradas o no, experiencia laboral en el área).

DESCRIPCIÓN DE ASIGNATURAS DEL PLAN DE ESTUDIOS

COMPONENTE PROFESIONAL CIENTÍFICO TECNOLÓGICO:

Cultura, Ciudadanía y Hospitalidad:

El objetivo general de esta asignatura es contribuir al conocimiento de la diversidad del patrimonio cultural de la República Oriental del Uruguay en un contexto geográfico y ambiental que implique una aproximación a los conceptos de “cultura”, “identidad / alteridad” y “hospitalidad”, propendiendo a la interacción con los turistas y/o visitantes, brindando servicios de calidad con el objetivo de formalizar una estadía satisfactoria disfrutando del patrimonio del sitio elegido; la asignatura hace hincapié en los conceptos de patrimonio, cultura, identidad y hospitalidad desde el abordaje de diferentes campos de estudio como la filosofía, la antropología, las ciencias sociales y políticas.

Inglés Turístico Aplicado:

Esta asignatura tiene como objetivo el desarrollo de la comunicación en la lengua inglesa, que permitan al alumno iniciar, mantener y concluir una comunicación oral y/o escrita de manera personal, telefónica o voz sobre IP (Skype, Whatsapp, etc.), considerando al alumno como un futuro informante turístico y la necesidad de comprensión e interpretación de la información oral y escrita, así como un promotor de los servicios turísticos de República Oriental del Uruguay

Legislación aplicada al Turismo:

Esta asignatura desarrollará como principal objetivo el análisis e interpretación de la legislación vigente en nuestro país aplicada a la actividad turística (personas físicas y/o jurídicas), la competencia y cometidos del Estado y Ministerio de Turismo, los prestadores de servicios turísticos, incluyendo sus obligaciones, derechos y responsabilidades en materia comercial y laboral,

incluyendo asimismo la normativa vigente relacionada con el cuidado del medio ambiente.

Planificación Turística y Sostenible: Proyecto:

En esta asignatura se desarrollarán los conceptos básicos que permitan establecer una visión estratégica que refleje los objetivos y aspiraciones de la comunidad, considerando los criterios preferentes para el mejor uso del territorio y sus actores; buscará dar respuestas para facilitar el turismo en un destino y dentro de cada región del país. Es objetivo asimismo que los alumnos participen en el diseño de un proyecto donde se integren y sinteticen los conocimientos y competencias adquiridos.

Administración

El objetivo general de esta asignatura es brindar al estudiante una visión global de los Principios de Administración: Planificación, Organización, Dirección y Control y de la Contabilidad en sus tres aspectos básicos de registración, información y control, profundizando en la técnica de registración en general, dando énfasis a los aspectos racionales del proceso. Asimismo se presentará la forma en que la contabilidad es usada para el control de gestión y el control interno, utilizando ejemplos específicos de empresas del sector turístico (Hoteles y Agencias de Viajes). Se incluyen los elementos del sistema contable y la interpretación de estados contables.

Portugués Turístico Aplicado:

Esta asignatura tiene como finalidad el desarrollo de la comunicación en idioma portugués, que permitan al alumno iniciar, mantener y concluir una comunicación oral y/o escrita de manera personal, telefónica o voz sobre IP (Skype, Whatsapp, etc.), considerando al alumno como un futuro informante turístico y la necesidad de comprensión e interpretación de la información oral y

escrita, de igual manera un promotor de los servicios turísticos de nuestro país.

COMPONENTE PRÁCTICA PROFESIONAL:

Taller Profesional de Agencias de Viajes:

A través de esta asignatura se capacitará en el funcionamiento interno de una agencia de viajes, las relaciones con sus distintos proveedores: transportistas, hoteles, rentadoras de automóviles y otras que proveen servicios turísticos, incluidos los operadores mayoristas. Se establece como objetivo que los alumnos, una vez adquiridos los conocimientos, sean capaces de desempeñarse en una agencia de viajes tradicional u online (OTA's: online travel agencies), utilizar e interpretar la documentación utilizada para comercializar los distintos servicios turísticos, conocer la filosofía de los proveedores en cuanto a tarifas, utilizar los Sistemas Globales de Distribución (GDS) e internet y conocer la información necesaria en cuanto a requisitos de visados, aduaneros y sanitarios.

Taller Profesional de Alojamiento (Hotelería):

El objetivo del Taller Profesional de Alojamiento es la capacitación para el desempeño con eficiencia en establecimientos de hospedaje (hoteles, apart-hoteles, hostels, etc.), aplicando las técnicas y procedimientos específicos del ciclo del huésped: reservaciones, check-in, estadía y check-out, incluyendo auditoría. Se incluyen las técnicas y procedimientos aplicados a la limpieza y acondicionamiento de habitaciones (housekeeping), incluidas la lavandería, lencería y supervisión a nivel medio.

PERFIL DE EGRESO

El egresado del BP de Alojamiento y Agencia de Viajes, será capaz de desarrollar funciones operativas y de nivel medio en el área Alojamiento de establecimientos de hospedaje: Recepción, Reservas, Conserjería, Telefonía, Auditoría, Housekeeping (limpieza y acondicionamiento de habitaciones y áreas

públicas, incluyendo lavandería y lencería) y en Agencias de Viajes: operando en reservas y comercialización de servicios turísticos. Podrá gestionar recursos técnicos, materiales y humanos para la prestación de un servicio de calidad al huésped y al cliente, aplicando estándares de calidad, sustentabilidad y seguridad, con una sólida formación ética sustentada en los valores de respeto a las personas, tolerancia, cuidado del medio ambiente, responsabilidad y compromiso social.

Al completar el Plan de estudios, el alumno habrá desarrollado las siguientes capacidades:

- 1) Comprender los fundamentos científicos-tecnológicos de los procesos productivos, relacionando la teoría con la práctica en las diversas áreas del saber, con vistas al ejercicio de la ciudadanía y la preparación para el trabajo, basado en una construcción dialéctica del conocimiento.
- 2) Buscar, seleccionar, interpretar y comunicar información científico-técnico-tecnológica referida al área de formación específica.
- 3) Reconocer y aplicar medidas de protección ambiental y la cultura local, valorando la dualidad beneficio-perjuicio del desarrollo científico técnico tecnológico.
- 4) Desarrollar actitud ética, autonomía intelectual y pensamiento crítico.
- 5) Comprender el entorno social, económico, cultural y ambiental en que viven.
- 6) Saber convivir y trabajar en equipo, desempeñando diferentes roles y desarrollando una actitud crítica ante el trabajo personal y colectivo.
- 7) Promover el desarrollo de un turismo sostenible, considerando el respeto al medioambiente, integrando la visión de los diversos actores sociales.
- 8) Atender al huésped / cliente aplicando procedimientos de calidad total, buscando su fidelización.

- 9) Operar programas computacionales y software específicos como instrumentos de gestión en el sector turístico y hotelero.
- 10) Comunicar información general y específica de la industria turística y hotelera en forma oral y escrita, adecuada y correcta; realizar este procedimiento en los idiomas inglés y portugués.
- 11) Desempeñar funciones operativas con eficiencia el área de alojamiento en empresas hoteleras, durante al Ciclo del Huésped: Reservas, Check-in, Estadía y Check-out, incluyendo Auditoría y Housekeeping (pisos, áreas públicas, lavandería y lencería).
- 12) Otorgar atención a los clientes de acuerdo a su diversidad cultural para responder a sus expectativas de servicio de calidad.
- 13) Ejecutar estrategias de comercialización y marketing, utilizando diversas herramientas comunicacionales.
- 14) Conocer las normativas legales, trámites y documentación turística relacionada con el sector alojamiento y agencias de viajes.
- 15) Analizar la información contable y aplicar elementos contables acotados a su nivel de responsabilidad, dentro del organigrama de la empres.
- 16) Operar los equipos y las herramientas tecnológicas utilizadas en la gestión administrativa, que le permiten elaborar documentación de texto, hojas de cálculo y presentaciones gráficas mediante herramientas de software.
- 17) Utilizar herramientas comerciales turísticas a través de tecnologías de la información y la comunicación, para la difusión y venta de productos, programas y servicios de acuerdo a parámetros de sostenibilidad, políticas de la empresa y necesidades del cliente.
- 18) Comunicarse en forma efectiva con superiores, clientes y compañeros de trabajo, de manera individual y colectiva, creando ambientes cordiales y de

respeto.

19) Demostrar respeto por la diversidad, trabajando y tratando con dignidad y sin hacer distinciones entre personas de distintos orígenes, nivel socio económico, etnias, culturas, credos o género.

PROPUESTA METODOLÓGICA

El Bachillerato Profesional en Alojamiento y Agencias de Viajes, pretende establecer metodologías dinámicas, participativas y creativas, basadas en el proceso de investigación y del conocimiento propiamente dicho de las bases teóricas, las redes que interrelacionan en el proceso del conocimiento, promoviendo en los estudiantes el desarrollo de las habilidades que les permitirán solucionar problemas mediante el análisis, la búsqueda de soluciones y el trabajo en equipo, propendiendo a una eficiente toma de decisiones.

El Componente Práctica Profesional requiere realizar visitas a establecimientos de hospedaje: Hoteles, Apart-hoteles, Hostels, etc. y Agencias de Viajes, planificadas por los docentes de los respectivos Talleres Profesionales; asimismo la realización de pasantías en la modalidad “No Remuneradas”, amparadas en Artículo 19° del Convenio Colectivo, firmado en el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, correspondiente al Grupo 12 Sub-Grupo 01: Hoteles, Apart-Hoteles, Moteles y Hosterías y Sub-grupo N° 11 Agencias de viajes. Para las referidas pasantías se establece una carga horaria de 40 horas para cada Taller Profesional, repartidas en jornadas de 4 horas, de acuerdo al siguiente criterio: los alumnos provenientes del EMP en Alojamiento y FPS de Recepción Hotelera (Plan 1999/2000 discontinuado), realizarán pasantías en Agencias de Viajes y los alumnos provenientes del EMP en Agencias de Viajes y FPS de Auxiliar Técnico en Reservas y Ventas de Agencias de Viajes (Plan 1999/2000 discontinuado), realizarán pasantías en hoteles u otros

establecimientos de hospedaje.

El Componente Profesional Científico Tecnológico requiere la coordinación entre todas las asignaturas y con los Talleres Profesionales de Alojamiento y Agencias de Viajes, propendiendo a desarrollar los contenidos programáticos en beneficio del alumnado.

EVALUACIÓN

Las diferentes asignaturas de los respectivos Componentes establecerán los mecanismos de evaluación, propendiendo a nivel general a las evaluaciones de proceso continuas, formativas y diagnósticas.

Para los Talleres Profesionales de Alojamiento y Agencias de Viajes, la calificación recibida por los estudiantes al finalizar la pasantía, efectuada por las empresas, integrará la calificación final del último promedio (noviembre / diciembre).

Se regirá por el Reglamento de Evaluación y Pasaje de Grado (RePaG) aprobado con el Consejo de Educación Técnico Profesional para los Bachilleratos Profesionales.

BIBLIOGRAFÍA

ESPECÍFICA PARA LA ELABORACIÓN DE ESTE PROYECTO:

MINISTERIO DE TURISMO DE LA REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY. “Anuario 2015”.

ESQUEMA CURRICULAR BACHILLERATO PROFESIONAL (052) PLAN ORIENTACIÓN: Alojamiento y Agencia de Viajes (40E)																
ASIGNATURAS				1 año 32 semanas												
Año	Área	Cód.	Componente	Descripción	Horas Estudiante				Créditos Educativos	Horas Docente						
					Semanas Aula	Semanas Integradas	Práctica Profesional	Total Semanales		Total Curso	Semanas Aula	Semanas Integradas	Práctica Profesional	Coordinación	Total Semanales	Total Curso
3	014	0219	G	Análisis y Producción de Textos	3	-	-	36	96	-	3	-	-	-	3	96
	364	0585	G	Ciencias Sociales (Economía)	2	-	-		64	-	2	-	-	-	2	64
	312	2137	G	Introducción a la Filosofía	2	-	-		64	-	2	-	-	-	2	64
	802	26551	G	Matemática	3	-	-		96	-	3	-	-	-	3	96
	857	08731	P	Cultura, Ciudadanía y Hospitalidad	3	-	-		96	-	3	-	-	-	3	96
	388	20341	P	Inglés Turístico	3	-	-		96	-	3	-	-	-	3	96
	189	25861	P	Legislación aplicada al Turismo	3	-	-		96	-	3	-	-	-	3	96
	857	31735	P	Planificación Turística y sustentable: Proyecto	3	-	-		96	-	3	-	-	-	3	96
	146	01550	P	Administración	4	-	-		128	-	4	-	-	-	4	128
	568	31299	P	Portugues Turístico	2	-	-		64	-	2	-	-	-	2	64
	580	31841	PP	Taller Profesional de Agencias de Viajes	4	-	-		128	-	4	-	-	-	4	128
	590	74000	PP	Taller Profesional de Alojamiento	4	-	-		128	-	4	-	-	-	4	128
Totales					36				1152		36			36	1152	
Espacio Optativo			Teoría del Turismo		2				64	-	2			2	64	
										-						
					TOTALES				1216	-				2	1216	

* Las horas de coordinación se asignarán según protocolo vigente para el tipo de curso.
 ** Para el caso de los estudiantes provenientes del FPS, se debe asegurar la oferta del curso Teoría del Turismo

BACHILLERATO PROFESIONAL ALOJAMIENTO Y AGENCIA DE VIAJES - PLAN 2008

ESPACIOS	ASIGNATURAS	REGIMEN DE APROBACIÓN		PREVIATURAS
		Actuación durante el Curso	Exoneración	Asignaturas Previas
Componente Formación General	Año Único			
	Análisis y Producción de Texto	-	X	---
	Ciencias Sociales (Economía)	-	X	---
	Introducción a la Filosofía	-	X	---
Componente Profesional Científico Tecnológico	Matemática	-	X	Matemática 3º Ciclo Básico
	Cultura, Ciudadanía y Hospitalidad	-	X	Teoría del Turismo de 2º EMP Alojamiento
	Inglés Turístico	-	X	Inglés Aplicado de 2º EMP Alojamiento
	Legislación Aplicada al Turismo	-	X	---
	Planificación Turística y Sustentable: Proyecto	-	X	Teoría del Turismo de 2º EMP Alojamiento
	Administración	-	X	---
	Portugués Turístico	-	X	Portugués Aplicado de 2º EMP Alojamiento
Componente Práctica Profesional	Taller Profesional de Agencias de Viajes	-	X	Práctica Profesional de Ventas y Reservas de 2º FPS Aux. Ventas y Reservas en Agencias de viaje Plan 2000
	Taller Profesional de Alojamiento	-	X	Taller de Alojamiento de 2º EMP Alojamiento Práctica Profesional Recepción y Conserjería de 2º FPS Recepcionista – Conserje de Hotel Plan 2000
Componente Optativo				
Componente Descentralizado				

		PROGRAMA		
		Código en SIPE	Descripción en SIPE	
TIPO DE CURSO		052	Bachillerato Profesional	
PLAN		2008	2008	
SECTOR DE ESTUDIO		713	Turismo	
ORIENTACIÓN		40E	Alojamiento y Agencias de Viajes	
MODALIDAD			Presencial	
AÑO		3	Tercero	
TRAYECTO		---	---	
SEMESTRE		---	---	
MÓDULO		---	---	
ÁREA DE ASIGNATURA		857	Planificación actividades turísticas	
ASIGNATURA		08731	Cultura, Ciudadanía y Hospitalidad	
ESPACIO COMPONENTE CURRICULAR		o	Profesional	
MODALIDAD APROBACIÓN		DE	Exoneración	
DURACIÓN DEL CURSO		Horas totales: 96	Horas semanales: 3	Cantidad de semanas: 32
Fecha de Presentación: 06/03/2017	Nº Resolución del CETP	Exp. Nº 615/17 c/2309/16	Res. Nº 666/17 Acta Nº 94	Fecha 29/03/17

FUNDAMENTACIÓN

La asignatura Cultura, Ciudadanía y Hospitalidad pretende acercar al estudiante al conocimiento de la comunidad donde reside y su cultura como una forma de fortalecer los lazos identitarios y la práctica ciudadana así como el respeto por la cultura de los “ otros” (diferentes en su origen, en lo social, en lo cultural) y especialmente al trato con el visitante.

Tiene como objetivo ampliar las competencias de los trabajadores del área de alojamiento y agencia de viajes, no limitándolas a su saber específico sino brindarle un abanico de posibilidades para facilitar las relaciones con los visitantes, incidiendo en la imagen que éstos se lleven del sitio, facilitando su regreso.

Una forma restrictiva de analizar la actividad turística es considerar al visitante exclusivamente como un cliente, estableciendo un trato que se define como “comercial”. También es un lugar común considerar al turismo como una fuente de riqueza o de trabajo, algo que si bien es cierto, circunscribe sólo a esas esferas los efectos del encuentro entre turistas y residentes. En la actualidad el visitante busca otro tipo de relacionamiento con la comunidad receptora, más personalizada; busca relacionarse con personas además de estar en determinados lugares y recibir determinados servicios. Por lo tanto, es necesario desarrollar el trato de la comunidad con el turista, coincidiendo con la cita del Arq. Jorge Guitelman: “Cómo se siente tratado el turista por la comunidad residente y cómo influye el trato tanto en la elección del lugar como en el desarrollo turístico de una ciudad. O, en apretada síntesis: la importancia del trato como atractivo turístico.”

La idea es extender el concepto de atractivo turístico del “lugar como escenografía” a la “comunidad local” porque si bien es cierto que un sitio requiere equipamiento, instalaciones, infraestructura y servicios, lo que más destaca el visitante es el trato con la gente del lugar, es lo que decide a al momento de la recomendación a parientes, amigos y retornar.

De esta manera, quien llega y permanece en un destino, necesita y valora las actitudes del “otro”, del residente, que es el que mejor conoce el ámbito local. Lo que los visitantes buscan es enriquecerse humanamente, ganar nuevos afectos, irse con recuerdos gratos y deseos de volver.

La asignatura Cultura, Ciudadanía y Hospitalidad se inicia con una unidad que aporta a los conceptos de ciudadanía, en el sentido de uso y disfrute de la ciudad tanto como fuente de derechos, como un espacio público de convivencia y como de descubrimiento de sus atractivos, tradiciones y modos de ser de sus

residentes. En una segunda unidad se analizan los conceptos de cultura en su concepto antropológico y las relaciones recíprocas con la hospitalidad, el sentido de “otredad” y el respeto entre los modos de vida de los residentes y los turistas. En una tercera unidad se aborda la interpretación del patrimonio, concebido como el arte de revelar la esencia de un lugar y hacer que los residentes lo conozcan y reconozcan y los visitantes se compenetren y se inspiren en ello. Para que esta tarea se pueda realizar con éxito, se deberá empezar por un trabajo hacia adentro de la comunidad, pues no se puede promocionar lo que no se conoce, respeta y ama.

De ahí, la importancia de tener en cuenta esta recomendación de UNESCO:

“La memoria es un motor fundamental de la creatividad: esta afirmación se aplica tanto a los individuos como a los pueblos que encuentran en su patrimonio – natural y cultural, material e inmaterial – los puntos de referencia de su identidad y las fuentes de su inspiración”.

OBJETIVO GENERAL

Cultura, Ciudadanía y Hospitalidad tiene como propósito clave desarrollar en los estudiantes la curiosidad, la investigación, el reconocimiento e interpretación de fenómenos naturales, sociales y culturales en los que está inserto, de modo de fortalecer su propia identidad.

Se busca esencialmente sensibilizar al joven y futuro trabajador para que valore, conserve y promueva nuestro Patrimonio Natural y Cultural.

Competencias

La asignatura Cultura, Ciudadanía y Hospitalidad aportará a competencias transversales como:

- Investigación en forma teórica y práctica.
- Planificación de actividades individuales y colectivas.

- Integración de los conocimientos adquiridos en las demás asignaturas relacionadas con el Patrimonio y la Recreación.
- Trabajo en equipo.
- Autogestión.
- Comunicación oral.

Contribuirá a la adquisición de competencias específicas como:

- Facilitar la promoción de actividades recreativas y culturales.
- Estimular y promover el disfrute de actividades socio-culturales y recreativas para la ocupación del tiempo libre y el ocio de las personas.
- Profundizar la capacidad de observación, análisis y reflexión para actuar en situaciones diversas.
- Incorporar conocimientos y herramientas necesarias para trabajar en la localidad, fortaleciendo el espíritu creativo-investigativo del alumno así como la identidad local para la integración social y el desarrollo turístico.
- Fomentar conductas conservacionistas.
- Identificación y valorización de los recursos y atractivos eco turísticos.
- Diferenciar las modalidades sostenibles de aquellas que no lo son.

Contenidos programáticos

Unidad I: La ciudad como espacio de fortalecimiento de la ciudadanía y la convivencia.

Propósito clave: Identificar los distintos factores que se interrelacionan para constituir ciudadanía y los impactos positivos y negativos que surgen de su relación “con el afuera”.

1 – Conceptos de comunidad y ciudadanía. Términos polisémicos.

Derechos y deberes de los ciudadanos.

2 - La ciudad y la cultura local.

2.1- Pertenencia y arraigo: historia, valores, costumbres y tradiciones.

2.2- Cohesión social.

- Composición de la población – mapa demográfico del Uruguay

- Efectos de la migración interna

- La llegada de extranjeros y sus repercusiones

- Flujos de migración y distintas políticas. Los refugiados.

- Los visitantes temporales (zafralidad)

- Los nuevos residentes

- Rasgos de una Comunidad inclusiva.

2.3- Vivir y aprender en/de la ciudad.

2.4.-Acrecentamiento o pérdida del patrimonio material e inmaterial de la ciudad.

Causas y efectos en la calidad de los espacios barriales y entre los vecinos.

El control social a lo largo del tiempo – “código de ética” dinámico.

Unidad II: Las relaciones entre Cultura y Hospitalidad.

Propósito clave: Reconocer las expresiones culturales que integran el patrimonio de una localidad promoviendo el empoderamiento de sus habitantes y habilitando un trato significativo y de calidad con los visitantes.

1.1 Concepto de cultura, según diversos autores.

1.2 Concepto de patrimonio: relación con el territorio, la cultura y la identidad.

1.3 Concepto de hospitalidad: manifestaciones a través del tiempo.

1.4 La hospitalidad desde el campo de la filosofía, las ciencias sociales y políticas

1.5 La hospitalidad en el sector turismo.

Unidad III: Acercamiento al conocimiento y disfrute del patrimonio nacional (natural, cultural, material e inmaterial).

Propósito clave: Descubrir el patrimonio natural, cultural material e inmaterial a través de actividades de investigación bibliográfica, en la web y visitas a los lugares de interés, registro de la información e intercambio con actores locales.

1.- El patrimonio natural.

1.1.-Definición. Características de los ecosistemas. Sistema Nacional Áreas Protegidas (SNAP): visitar un área protegida cercana al centro educativo.

1.2.- Los paisajes productivos: desde la colonización a la actualidad.

1.2.1.- La introducción ganadera: de las vaquerías a la estancia.

1.2.2. De los saladeros a los frigoríficos. Los paisajes productivos industriales. Contexto de la Modernización del país. Museo de la Revolución Industrial. Liebig's Fray Bentos: Patrimonio Cultural de la Humanidad. La infraestructura y Los transportes: Otras manifestaciones del patrimonio industrial del país. Barrio Peñarol.

1.2.3.- Los paisajes productivos regionales del Uruguay actual: el complejo arrocero, la forestación, etc.

2.- El Patrimonio cultural.

2.1.- Concepto y clasificación.

2.1.1-Las huellas de los primeros habitantes del territorio oriental: el patrimonio arqueológico. Actividades: Visita a museos relacionados al tema como por ejemplo MAPI. Muhar.

2.1.2.- Patrimonio material e inmaterial colonial: reconocimiento de los rasgos de las ciudades fuertes de Montevideo, Colonia o barrios- sectores coloniales de otras ciudades del país. Actividades: recorridos de reconocimiento del patrimonio urbano.

2.1.3.- La herencia africana: de la esclavitud a la libertad. La vida y cultura de los afrodescendientes. La vida en los Conventillos de Barrio Sur y Palermo.

Candombe: características. Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad. Manifestaciones en diversas localidades del país. Visita con planificación y registro de entrevista a una organización de afrodescendientes. Músicos. Artesanos de tambores.

2.1.4.-La Pradera. El gaucho. Tipo social y vida cotidiana. La tradición a través de pencas, jineteadas, yerra. Fiesta de la Criolla, la fiesta del gaucho. El mate: símbolo de identidad y de hospitalidad de los uruguayos Las artes populares rurales en cuero, guampa, madera, cestería, plata. La música, danza, gastronomía.

Actividades: visita al museo del gaucho u otros que incluyan la temática, a talleres de huasqueros.

2.1.5.- El patrimonio histórico: las rutas y sitios del proceso independentista. La representación de las artes plásticas. Actividades: búsqueda de información bibliográfica y visita a sitios/ museos: Museo J Artigas- Fortaleza del Cerro. Mausoleo. Estatuaria. Purificación. Playa de la Agraciada, Las Piedras, etc. Selección relacionada con la ubicación del centro educativo.

2.1.6.- La inmigración europea en el proceso de modernización del país. La formación en oficios y construcción de ciudadanía. La Reforma Educativa de José Pedro Varela. La creación de la Escuela de Artes y Oficios.

Actividad: Visita a los Museos: Pedagógico y de la Universidad del Trabajo. Visita a Escuelas Técnicas y/o Agrarias en las cercanías del centro de estudios. Investigar sobre los oficios de la localidad.

2.1.7.- El paisaje urbano: los espacios de la recreación y la cultura en la primera mitad del siglo XX. El contexto del Uruguay batllista: modelo hiperintegrador a través de la legislación social, la educación y la política. Construcción del Palacio Legislativo. Las Plazas y Parques urbanos. El patrimonio vegetal y

artístico. Obras monumentales urbanas y arquitectónicas en Montevideo y el país. Exponentes de la música y la pintura uruguaya. Cultura popular: el tango Patrimonio Cultural de la Humanidad (rioplatense).

Visitas: Museo de Artes Visuales, Museo Arte Contemporáneo. Museo Torres García. Museo Figari, Museo Gurvich. Y museos departamentales y centros culturales.

3.- Manifestaciones culturales de la segunda mitad del siglo XX hasta la actualidad.

3.1-Patrimonio arquitectónico. Principales obras. La obra del Ing. Eladio Dieste. Punta del Este como destino turístico internacional.

3.2.-La Dictadura 1973-1985. País bajo la censura y el terrorismo de estado. Evasión de la censura a través de otras formas de comunicación y de la realización de encuentros de música en clubes, centros educativos. Surgimiento de nuevos grupos e intérpretes del canto popular. La murga.

3.3.-Expresiones culturales luego del retorno a la democracia. Idealización de las glorias pasadas como la "hazaña" del Maracaná, y Uruguay "Suiza de América",

Fiestas populares. El Carnaval

Las manifestaciones de la cultura de los uruguayos en las instituciones que permiten el acceso a espectáculos como Cinemateca Uruguaya, Socio Espectacular, Cine Arte del SODRE y de los centros MEC del país.

Apertura de nuevos museos vinculados a temas de actualidad como el Museo de las Migraciones y Museo de la Memoria. Centros Culturales de acceso gratuito como Centro Cultural de España.

Creación de espacios de recreación y convivencia: Plaza Liber Seregni. Plaza Casavalle.

Actividades: Visita al Museo del Fútbol. Funciones de Cinemateca, teatro, música dado que los estudiantes de la Educación Media Pública tienen libre acceso. Aplicar las actividades y la realización de fichas de registro al Proyecto de egreso.

PROPUESTA METODOLÓGICA.

Se sugieren clases interactivas a partir de la lectura de la bibliografía indicada, trabajo en subgrupos y síntesis finales.

Se propone una metodología de Taller – teórico – práctica y con salidas de reconocimiento del patrimonio cultural, material e inmaterial que será contextualizado desde el docente y en coordinación con el resto de las asignaturas del Bachillerato Profesional. El trabajo de preparación, investigación y planificación, realizado por los equipos en el aula, será practicado *in situ* donde docente y estudiantes podrán evaluar las competencias específicas y transversales.

Esta metodología permitirá que los alumnos sean más que espectadores o receptores, partícipes activos en el descubrimiento y uso de los espacios públicos, parques, áreas protegidas, urbanos – centrales y barriales donde interactúen con otros colectivos como instituciones sociales y culturales - centros culturales, museos, teatros, exposiciones, salas de música, cine donde enriquecerse personalmente y fortalecer la identidad a su “ lugar”. De modo que se requiere un docente gestor, articulador y dinamizador del conocimiento y no el tradicional “profesor – contenido”

Los conocimientos teóricos, los temas y sus contextos espacio temporales deben estar relacionados con salidas de reconocimiento a diversos lugares e instituciones donde esa temática sea exhibida e interpretada de modo recreativo, generando motivación y aprovechamiento en la formación ciudadana de los

estudiantes.

Las salidas no son concebidas como “paseos” sino como salidas de campo que deben consistir en: 1.- planificación y programación de la salida; 2.- elaboración de fichas de registro. 3.- reflexión – evaluación de la experiencia desde lo cognitivo y desde lo afectivo y actitudinal.

Se promueve el respeto por los “otros”, por el cuidado del patrimonio natural y cultural, por los valores éticos, la creatividad y el compromiso con las actividades emprendidas y con el equipo de estudiantes y los docentes.

La asignatura *Cultura, Ciudadanía y Hospitalidad* coordina con todas las asignaturas que integran el plan de estudio, especialmente en las instancias presenciales mensuales pautadas por la dirección escolar.

La temática de esta asignatura es apropiada para cualquiera de las personas que se desempeñan en las empresas de la cadena de valor turístico dado que se centra en el conocimiento del patrimonio turístico del Uruguay que redundará en la calidad de los servicios prestados a los visitantes que, de ser eficientes y efectivos, generarán la fidelidad de los turistas al país.

EVALUACIÓN.

La evaluación deberá ser coherente con la metodología y el perfil del egresado: interactiva, continua, en equipos y fortaleciendo la presentación de temas en clase que lo acerquen a la situación de asesorar a los clientes o huéspedes. Es una materia que aporta al proyecto de egreso tanto en su marco cultural como en permitir conocer las fortalezas y debilidades de la oferta turística nacional y posibilitar la identificación de problemas que sean disparadores de la temática del proyecto de egreso.

Se evaluará el proceso de aprendizaje de forma escrita a través de Informes y

parciales semestrales. La evaluación se rige por el Reglamento de Evaluación y de Pasaje de Grado vigente.

BIBLIOGRAFÍA

AINSA, Fernando (2008) “Espacios de la Memoria. Lugares y paisajes de la cultura uruguaya. Montevideo. Ed. Trilce.

ALFARO, Milita (1991) El Carnaval Heroico. Montevideo. Ed. Trilce.

ALFARO, Milita (2008) Memorias de la Bacanal. Vida y memorias del Carnaval montevideano 1850 -1950. Montevideo. Ediciones de la Banda Oriental.

ALFARO, Milita- COZZO, José. (2008) *Medio Mundo. Sur, conventillo y después*. Montevideo. Ed. Medio y medio

ALVAREZ LENZI, R – ARANA, M –BOCCHIARDO, L (1986) El Montevideo de la Expansión (1868-1915) Montevideo. Ed. Banda Oriental

ALTEZOR, C- BARACCHINI, H (1971) Historia urbanística y edilicia de la ciudad de Montevideo. Junta Departamental de Montevideo. Biblioteca “José Artigas”.

ARANA, M y otros (1999), Guías Elarqa de Arquitectura. Guía Art Decó. Montevideo. Ed Dos Puntos

ARGUL, J.P. (1966) *Las Artes Plásticas del Uruguay*. Montevideo. Barreiro y Ramos.

ARTUCCIO, L (1968), Montevideo y la arquitectura moderna. Montevideo. Ed. Nuestra Tierra.

BALBIS, J y otros (1991) El Primer batllismo. Cinco enfoques polémicos. Montevideo. CLAEH

BARRÁN, J.P. (1992) *Historia De la Sensibilidad en el Uruguay Tomos I y II*

Montevideo. Ediciones. Banda Oriental

BARRÁN, J.P. – NAHUM, B. (1990) El Uruguay del Novecientos. Montevideo. Ediciones de la Banda Oriental.

BARRÁN, CAETANO, PORZECANSKI (1996) Historias de la vida privada en el Uruguay. Tomo I, II y III Montevideo. Taurus.

BARRETTO, Margarita (1998) El Mate. Su historia y cultura. Buenos Aires. Ediciones del Sol.

BARRIOS PINTOS, A – REYES ABADIE, W (1990) Los Barrios de Montevideo. 10 tomos. IMM.

BARRIOS PINTOS, Aníbal (2008) Historia de los Pueblos Orientales. Tomo I, II y III Montevideo. Ediciones Banda Oriental

BARRIOS PINTOS, Aníbal (2011) De tierra adentro. Escritores, músicos y artistas plásticos del interior uruguayo, Montevideo Ed. Planeta.

BONILLA, F (Coord.) (1992) Guía arquitectónica y urbanística de Montevideo. Junta de Andalucía. IMM – Agencia española de Cooperación Internacional

CABRERA, Leonel, Los constructores de Cerritos: hacia la reconstrucción de la prehistoria del este del Uruguay. BSE Almanaque, pp 62/67. Mdeo, 1999

CAETANO, Gerardo –RILLA, José (1994) Historia Contemporánea del Uruguay. De la Colonia al Mercosur. Montevideo. ClaeH.

CAPILLAS DE CASTELLANOS, A (1968) Montevideo en el siglo XVIII. Montevideo. Ed. Nuestra Tierra

CANESSA DE SANGUINETTI, Marta (1976) La Ciudad Vieja de Montevideo. Ediciones AS MONTEVIDEO.

CARABALLO PERICHI, Ciro (2014) *Informe periódico de los sitios de la lista del patrimonio Mundial. América latina. 2010-2013. Los retos.* En 2º Seminario

Internacional La Sustentabilidad del Patrimonio Cultural. Colonia del Sacramento. Uruguay 10-14 marzo 2014. En www.colonia.gub.uy

CASTELLANOS, Alfredo (1971) Historia del desarrollo edilicio y urbanístico de Montevideo (1829 – 1914) Junta Departamental de Montevideo. Biblioteca “José Artigas”.

CASTELLANOS, Alfredo (1977) Nomenclatura de Montevideo. Montevideo IMM Servicio de Publicaciones.

CASTELLANOS, Alfredo (1968) Montevideo en el siglo XIX. Montevideo Ed. Nuestra Tierra.

CASTELLANOS, Alfredo (1987) La historia del Teatro Solís. Montevideo. IMM.

CONSENS, Mario (2007) Arte prehistórico en Uruguay. Montevideo. Ediciones Torre del Vigía

DARAGNÈS, E. (Comp) (1980) 1 300 Años de Colonia. Montevideo UDELAR. Publicaciones.

DELGADO APARAÍN, M y otros: (2009) Boliches Montevideanos. Bares y cafés en la memoria de la ciudad. Montevideo. Ediciones de la Banda Oriental

GAETA, J – FOLLE, E (1995) – Guías Elarqa de Arquitectura. Tomos I (Ciudad Vieja); II (Centro–Primera parte) y III (Centro-Segunda Parte. Montevideo. Ed Dos Puntos

GAETA, J – FOLLE, E (1999) – Guías Elarqa de Arquitectura. Carrasco y Punta Gorda. Montevideo. Ed Dos Puntos

GAETA, J – FOLLE, E (1997) – Guías Elarqa de Arquitectura. Colonia Montevideo. Ed Dos Puntos

GONZALEZ, Ariosto y otros (Dirección) (1955): Iconografía de Montevideo. Montevideo. Consejo Departamental de Montevideo. IMM

ESMORIS, M –RILLA, J (Coord) (2008) Barrio Peñarol. Patrimonio industrial ferroviario. IMM.

GUITELMAN, Jorge (1997) Los artesanos del trato. Nuevos trabajadores del turismo. La Plata. Provincia de Buenos Aires. Comisión de Investigaciones científicas.

GOLDMAN, G (2003) Candombe. Salve Baltasar. La fiesta de Reyes en el Barrio Sur de Montevideo. Montevideo. Perro Andaluz Ediciones.

KORSTANJE, Maximiliano E. Las formas elementales de la hospitalidad. RBTUR. Revista brasileira de pesquisa em turismo en www.revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/rbtur/article/347. Visitado 07.04.14

LEME SOGAYAR, Roberta – REJOWSKI, Miriam (2011) Abordaje teórico-conceptual de la hospitalidad y sus contribuciones a la educación superior en turismo Universidad Anhembi Morumbi. São Paulo. Brasil. .en Estudios y perspectivas en turismo. Vol 20.nº 6 Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Versión digital en www.scielo.org.ar/scielo.php/ Visitado 07.04.14

LUCCHINI, Aurelio (1969) Ideas y formas en la Arquitectura Nacional. Montevideo. Ed. Nuestra Tierra.

NAHUM, Benjamín, Manual de Historia del Uruguay (1995) Tomos I y II Montevideo, Banda Oriental.

PELUFFO LINARI, G. (1999) Historia de la pintura uruguaya, 2 tomos Montevideo Ed. Banda Oriental

RAMA, Ángel (Plan y Dirección General) (1968): Historia Ilustrada de la Civilización Uruguaya. 6 tomos y 6 tomos de la Biblioteca básica de cultura uruguaya. Montevideo. Editores Unidos/Arca.

RAVIOLO, Hebert (Comp) (2007) *Memorias del Novecientos*. Montevideo, Ediciones Banda Oriental.

RIBEIRO, Ana (1999) *Los tiempos de Artigas*. 6 tomos Montevideo. Ed. EL PAIS.

SALOM, Ana (Coord) (2012) *Andares. Territorios. Saberes. Experiencias*. Montevideo. CERP- ANII. Proyecto ANII TER 2008/2012 “Guía y técnico en diseño de circuitos turísticos sostenibles”.

SCARLATTO,Guillermo (Coord) (2008) *Uruguay Tierra de Encuentros*.Montevideo. SNAP- DINAMA- MVOTMA. Presidencia de la República Oriental del Uruguay

TILDEN, Freeman (2006) *La interpretación de nuestro patrimonio*. Primera edición en español. Sevilla. Asociación para la Interpretación del Patrimonio. Primera edición en inglés de 1977 *Interpreting our Heritage* by the University of North Carolina Press

TOMILLO NOGUERO, Felix (2013) *Hospitalidad como condición necesaria para el desarrollo local*. En *Revista Hospitalidade*. V.X. Numero 2 de dezembro 2013. ISSN 2179-9164 en www.spell.org.br/documentos/download/19990 Visitado 08.04.14

TORRES CORRAL, A. (2001) *La mirada horizontal: el paisaje costero de Montevideo*. Fac. Arquitectura. Universidad de la República. Ed. Banda Oriental

VIDART, Daniel (2000) *El Uruguay visto por los viajeros*. Tomos I,II,y III. Montevideo. Ediciones de la Banda Oriental

VIDART, Daniel, (1964) “*Teoría del Tango*”, Montevideo Ed. De la Banda Oriental,

VIDART, Daniel – PI HUGARTE, Renzo (1968) *El Legado de los inmigrantes*

Tomos I y II. Montevideo. Ed. Nuestra Tierra.

Guías – Colecciones

GALVÁN, Gloria (Coordinación) (1998), Los Departamentos. Ed. Fin de Siglo. Montevideo

EL OBSERVADOR: Guías Visuales El Observador. Montevideo

MUÑOZ, Andrés (Director de Proyecto) (2008) Guía turística del Uruguay. ANCAP. Flor Negra Ediciones. Montevideo.

Fornaro, Milton – Peyrou, Rosario (Editores)(2013714) Colección Nuestro Tiempo. Fasciculos 01/ 24. Comisión del Bicentenario. Montevideo.

EL PAIS/TESTONI ESTUDIOS (2008) “Uruguay. El país y sus 19 departamentos” Ediciones EL PAIS Montevideo

PROBIDES (1999), Guía Ecoturística de la Reserva de Biosfera Bañados del Este. Montevideo.

BANCO DE SEGUROS DEL ESTADO: Colección de “Almanaques” anuales Montevideo. En: www.bse.gub.uy

Documentos

Ley de áreas protegidas. SNAP. Uruguay

UNESCO - Convención sobre patrimonio cultural y natural. París, 16/11/1972 www.unesco.org

ICOMOS, Carta Internacional sobre la conservación y la restauración de monumentos y de conjuntos histórico – artísticos. Venecia, 1964 www.icomos.org

ICOMOS, Carta Internacional sobre Turismo Cultural, París 1999. www.icomos.org

UNESCO - Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial. París, 17/10/2003. www.unesco.org

Consejo de Europa: Convenio Europeo del Paisaje Cultural. Florencia
20/10/2000. www.forociudadano.org

		PROGRAMA			
		Código en SIPE	Descripción en SIPE		
TIPO DE CURSO		052	Bachillerato Profesional		
PLAN		2008	2008		
SECTOR DE ESTUDIO		713	Turismo		
ORIENTACIÓN		40E	Alojamiento y Agencias de Viajes		
MODALIDAD			Presencial		
AÑO		3	Tercero		
TRAYECTO		---	---		
SEMESTRE		---	---		
MÓDULO		---	---		
ÁREA DE ASIGNATURA		388	Inglés		
ASIGNATURA		20341	Inglés turístico		
ESPACIO o COMPONENTE CURRICULAR		Profesional			
MODALIDAD DE APROBACIÓN		Exoneración			
DURACIÓN DEL CURSO		Horas totales: 96	Horas semanales: 3		Cantidad de semanas: 32
Fecha de Presentación: 06/03/17	Nº Resolución del CETP	Exp. Nº 615/17 c/2309/16	Res. Nº 666/17	Acta Nº 94	Fecha 29/03/17

FUNDAMENTACIÓN

Los estudiantes del Bachillerato en Alojamiento y Agencias de Viajes deberán utilizar el inglés en su ámbito normal de trabajo, en situaciones que con frecuencia están relacionadas con el turismo en general, en ámbitos de hoteles, viajes, restaurantes, agencias de viaje, agencias de alquiler de vehículos, aeropuertos, puestos públicos de información turística, etc. sin olvidarnos de las

entrevistas de trabajo y posibles situaciones de emergencia. Cada vez más utilizará internet como medio de reserva o comprobación de la disponibilidad de los servicios. En el desempeño de sus funciones se relacionarán no sólo con viajeros y turistas sino con otros trabajadores de su ámbito, al otro lado del teléfono o del correo electrónico y por supuesto en conversación presencial con la presión de la inmediatez y del turno de palabra. Esta relación con personas será generalmente una relación profesional, enmarcada por el interés de tratar cortésmente al interlocutor, con un trato cortés e incluso simpático. Las condiciones de trabajo suelen ser de atención a un público desconocido, a menudo con personas que no utilizan inglés como primer idioma, con quienes corresponde desarrollar un trato amable y de interés por su cultura e idiosincrasia.

Se enfoca la asignatura a la formación del educando pero también nos importa el ciudadano activo en la búsqueda del saber, capaz de poner sus conocimientos en función de la solución de problemas y de transformar su entorno en aras de un mayor desarrollo, a la altura de sus tiempos, interactiva y participativamente. El docente apunta a la práctica más profesional y el educando a utilizar la información en todos los campos, pero fundamentalmente en el área que estudia, auto-evaluando y retroalimentándose, logrando un proceso balanceado que le permita una mejor perspectiva de ellos mismos, como lectores, escritores y pensadores.

ANTECEDENTES

El presente curso responde al mejoramiento de la oferta educativa del sector turismo y hotelero y el mejoramiento constante en la formación de los recursos humanos necesarios para dichas áreas por parte del Consejo Técnico Profesional tomando en cuenta los lineamientos estratégicos propuestos por el Plan

quinquenal del CETP garantizando la continuidad educativa y el derecho a la educación de nuestros educandos.

A través del tiempo, se han considerado los siguientes aspectos en lo referente a la enseñanza del idioma Inglés:

1) Aspecto instrumental La importancia del idioma Inglés como “lingua franca” constituye una herramienta de acceso a fuentes de información a través de Internet, material general y técnico (revistas, folletos, diarios, publicaciones, manuales técnicos) que posibilita al estudiante insertarse y desempeñarse eficazmente en el mundo actual globalizado.

2) Aspecto cultural El aprender el idioma inglés permite al estudiante tener un conocimiento de otras culturas y grupos étnicos lo cual propende al desarrollo del respeto, la tolerancia y la valoración de las mismas lo cual le permite reconocer su propia identidad cultural.

3) Aspecto cognitivo El aprender el idioma inglés promueve:

a) el desarrollo cognitivo propiciando aprendizajes interdisciplinarios, que no siempre se encuentran disponibles en la lengua materna.

b) La concientización de los procesos de adquisición y dominio de su propia lengua al tiempo que aporta una mejor comprensión y manejo de diferentes códigos (verbal, visual, etc.), así como nuevas estrategias de aprendizaje.

c) La transferencia de conocimientos y estrategias convirtiéndose en un importante espacio articulador de saberes.

4) Aspecto de la inclusión El aprendizaje del idioma Inglés permite la inclusión activa del estudiante en los aspectos sociales y académicos del mundo en que vivimos evitando de esta forma la autoexclusión y el encapsulamiento.

5) Aspecto de la diversidad El aprendizaje de la lengua Inglesa permite que los individuos de diferentes regiones, etnias y credos se vinculen entre sí

permitiendo la comprensión entre los mismos.

Se considera que la inclusión de la asignatura Inglés en este curso de BP, es un instrumento fundamental en este tramo etéreo, porque permitirá potencializar el aprendizaje de una herramienta que contribuirá no solo al acceso tecnológico sino a mejores oportunidades laborales. Es decir, el papel de la lengua inglesa en este mundo globalizado y con continuos cambios es incuestionable. El acceso por parte de los alumnos a medios tecnológicos que requieren la utilización de la lengua inglesa es cada vez más frecuente. Por lo tanto la enseñanza del inglés le significaría una ventana al mundo que le permita el acceso al mundo tecnológico en la forma más eficaz posible.

Es indudable que en el mundo actual, el dominio de la lengua inglesa es de gran importancia en el educando para adquirir las competencias necesarias y lograr un desempeño óptimo en su futuro.

En tal sentido, en este Curso de Bachillerato Profesional de tercer año, se incluye la asignatura Inglés de forma anual con tres horas semanales ya que el conocimiento de la lengua inglesa constituye una herramienta fundamental y es imprescindible para ingresar al mundo laboral en el área del Turismo – Hotelería y también para comunicarse con los turistas no hispano hablantes.

Debido a que el perfil de ingreso es tanto el EMP de Alojamiento FPS de Recepción actualmente discontinuado, el estudiante debe poseer competencia comunicativa y expresiva en idioma Inglés, pero en este curso se enfocará al reconocimiento y utilización del vocabulario técnico específico del área de alojamiento y agencias de viaje y las posibles situaciones comunicativas en este ámbito.

El docente necesita conocer las competencias comunicativas y el dominio del

idioma inglés que tienen los alumnos. Este conocimiento es un elemento básico para la selección de propósitos, contenidos y estrategias de enseñanza, ya que sólo es posible promover el desarrollo continuo de competencias, a partir de las habilidades y conocimientos con los que ya cuentan y que ponen de manifiesto en las diversas situaciones de interacción dentro del aula. Por lo anteriormente expuesto, es imprescindible la evaluación diagnóstica del grupo a partir de la cual el docente realizará la planificación pertinente para la presentación, revisión de contenidos y de consolidación y profundización de las competencias comunicativa y expresiva, desarrollando las estrategias necesarias en cada caso.

OBJETIVO GENERAL

Los alumnos deberán consolidar las competencias básicas para comprender en grandes líneas el idioma y aplicarlo en el ámbito en que va a desempeñar su actividad laboral en el futuro y en la vida cotidiana.

A través del curso irán adquiriendo las competencias laborales y lingüísticas en la lengua meta usando el lenguaje específico y la práctica oral fundamentalmente con vías a su aplicación en el campo laboral, proporcionándole gradualmente la oportunidad para el uso de la lengua, utilizando expresiones y estructuras que le serán útiles en ese contexto laboral y en su actividad futura.

A través del curso, el alumno se verá expuesto a materiales auténticos no sólo de fuentes bibliográficas sino por medio de la búsqueda en Internet referente a un tema de interés específico, lo cual le permitirá leer, comprender e interpretar la información recabada para luego aplicarla.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El estudiante deberá ir adquiriendo y consolidando la macro competencia

comunicativa que le permitirá utilizar adecuadamente la lengua extranjera para comunicarse en forma oral y escrita en diferentes situaciones de acuerdo al nivel de desempeño del cargo que vaya a ocupar en el mundo laboral, esto es: a través de la lectura de textos, folletos, correspondencia, la audición de textos y diálogos, la expresión en forma oral y la comunicación en forma escrita en la lengua extranjera.

Consecuentemente, la inclusión de Inglés en este Curso de Bachillerato Profesional se vuelve necesario para:

- Complementar el conocimiento de los alumnos para un mejor manejo en la vida actual debido a que el Inglés se ha vuelto necesario para casi todos los aspectos tanto laborales como productivos.
- Brindar las herramientas necesarias para una comunicación adecuada, tanto pasiva como activa, el alumno como receptor y emisor de conocimientos y de información turística. Es más que evidente que el desarrollo tecnológico trae un nuevo vocabulario técnico e implica una necesidad de que la apropiación de éste sea eficiente para poder obtener y brindar información relevante en el campo del turismo.

Los docentes deberán trabajar con el fin de:

- Desarrollar prácticas de aprendizaje logrando la acción mediante el saber hacer, con metodología que permita generar conocimientos, actitudes y procedimientos haciendo énfasis en la comunicación oral.
- Lograr que el aula se convierta en un escenario, que invite a actuar, en donde se desarrolle una multiplicidad de acciones simultáneamente, y en la que exista interrelación y finalidad común.
- Generar un espacio que permita al alumno controlar el propio proceso y estar dispuesto a “aprender a aprender”, elaborando su propio saber y ayudándole a encontrar los recursos necesarios para avanzar en una maduración personal de

acuerdo con su propio ritmo.

- Coordinar y generar un proceso formativo con las demás asignaturas, originando en el alumno bases de conocimientos que faciliten la adquisición de los diversos procedimientos en la actividad elegida.
- Lograr hábitos de ayuda y colaboración en el trabajo.
- Desarrollar en los alumnos la valoración de la calidad de los resultados del trabajo y responsabilizándose por ello.
- Lograr la adaptación a las distintas expectativas y situaciones personales y profesionales.
- Fomentar habilidades más allá del estándar mínimo de rendimiento.
- Utilizar los conocimientos y las experiencias previas, desarrollar progresivamente las estrategias de aprendizaje autónomo.
- Promover la formación de calidad.
- Alcanzar la capacidad para trabajar autónomamente.
- Comunicarse adecuadamente en idioma Inglés en las actividades propias de Alojamiento y Agencias de Viaje.

Se han elaborado los contenidos y objetivos específicos de este curso de Inglés priorizando la producción oral en la lengua extranjera. Se espera que al finalizar el mismo, los alumnos sean capaces de:

Producción oral:	Comunicarse, plantear y comprender preguntas y respuestas acordes a las diferentes situaciones en el ámbito turístico.
Producción escrita:	Completar formularios, escribir itinerarios de excursiones, información sobre el hotel. Redactar describiendo servicios ofrecidos y responder a posibles quejas de clientes.
Comprensión lectora:	Comprender textos de material técnico relacionado con los núcleos temáticos del curso.
Comprensión auditiva:	Comprender diálogos, conversaciones informales, instrucciones y sugerencias referentes al ámbito laboral.

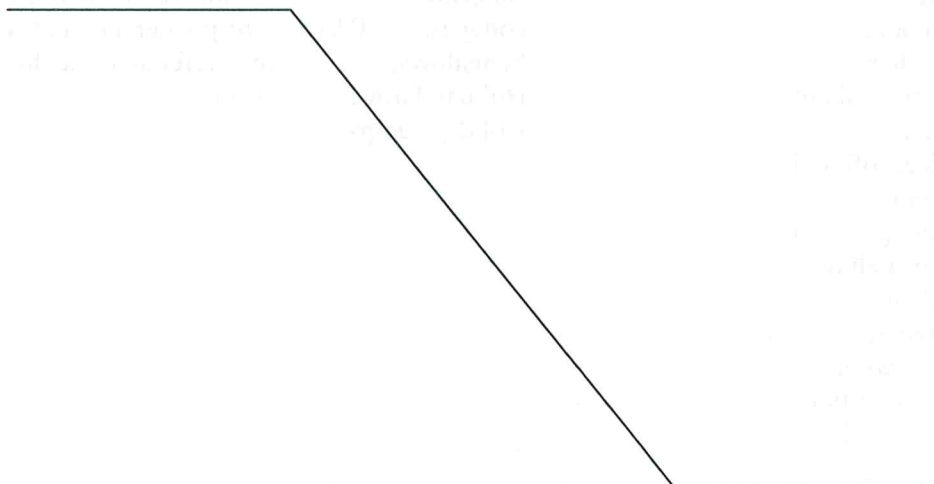
CONTENIDOS PROGRAMÁTICOS

En este curso el alumno adquiere las competencias y estrategias no sólo para saber sino el saber hacer, por lo tanto tendrá una mayor participación en todo momento. En este sentido, el docente deberá tener en cuenta la importancia del desarrollo y estímulo de la competencia comunicativa sin descuidar las otras habilidades que comprende la enseñanza de una lengua extranjera.

Se promueve que consolide sus conocimientos del idioma y se prepare para insertarse en el mundo del trabajo y utilice adecuadamente las estrategias adquiridas en el desempeño de sus competencias, por ende los contenidos del presente programa propenden a la integración del vocabulario cotidiano y del técnico.

Los contenidos se presentan en forma de tabla, pero el abordaje no debe hacerse en forma lineal, se brinda libertad de acción al docente en la planificación de los distintos temas, debe tener en cuenta el diagnóstico inicial, el contexto, los conocimientos previos y las características de los alumnos en cada grupo.

Para este primer semestre, se han elaborado las siguientes Unidades Temáticas pensando en el vocabulario a utilizar en el ámbito laboral específico.



Thematic Unit 1: Travel Agencies

Objetivo	Social Language	Grammar and Vocabulary	Indicadores de logro
Trabajar con el alumno el vocabulario y las formas gramaticales con referencia a viajes y a situaciones propias del ámbito del turismo.	Talking about likes and dislikes Talking about personal experience Reading about the importance of travel agencies. Describing job skills & routines.	Review of Types of travel agencies & Reasons for travel: Leisure, Business, VFR. Tourism & hospitality sectors & jobs. Popular destinations. Present Simple Continuous, Simple Past. Connectors. Question words What?, Who?, Where?, How much/many? Why? Prepositions. Adjectives.	Que el estudiante pueda: - comprender y expresarse sobre experiencias y preferencias personales - reconocer y describir diversos tipos de agencias de viaje y motivaciones para viajar - referirse a distintos sectores y trabajos en el ámbito del turismo y la hospitalidad.

Thematic Unit 2: Types of Accommodation

Objetivo	Social Language	Grammar and Vocabulary	Indicadores de logro
Trabajar con el alumno el vocabulario y las estructuras gramaticales con referencia a la descripción de los tipos de alojamientos y los servicios que se brindan en cada uno de ellos.	Revision. Talking about different kinds of tourism businesses. Asking and giving information about them. Writing about different services offered by them. Listening and understanding telephone dialogues, conversations and questions about hotel facilities.	There be, have got Present Perfect Possessive adjectives. Objective Pronouns.	Travel agencies and tour operators. Restaurants. Transportation. Kinds of hotels, motels, hostels, campsites, cottages, B&B, bungalows, Holiday farms, Holiday camps. Que el alumno pueda: - reconocer y describir diversos tipos de alojamientos y los diferentes servicios disponibles en ellos. - comprender, realizar y responder preguntas con referencia a los mismos.

Thematic Unit 3: Reservations/bookings – Check-in / out

Objetivo	Social Language	Grammar and Language	Vocabulary	Indicadores de logro
Trabajar con el alumno el vocabulario y las formas gramaticales con referencia a la consulta, reserva y confirmación de reservas, ingreso, estadía y partida de un establecimiento	Welcoming el guests, giving information about the different types of accommodation, services and facilities. Dealing with guests at the front desk. Dialogues, e-mails	Passive Voice in Simple Present and Simple Past. Short answers, tag questions. Requests with “can, could”. “What about?” “How about?” “What if?” Prepositions of time: in, on, at, from...to	Polite expressions. Vocabulary referring to check in/out. Tariffs. Computer reservation systems. Different forms: Annulment, Cancellation, Registration, Satisfaction, Telephone conversations.	Que el alumno pueda: brindar información sobre los servicios y equipamientos de un alojamiento; - realizar reservas; - contestar consultas; - ofrecer promociones; - confirmar reservas, etc. Recibir y enviar mails con referencia a reservas.

EVALUACIÓN

Evaluación alternativa y/o auténtica

A lo largo de esta guía programática se desarrollarán evaluaciones formales e informales que pretenden mejorar las prácticas evaluativas y beneficiar a los alumnos en su desempeño.

Las pruebas convencionales han demostrado muchas veces ser insuficientes para evaluar lo que realmente importa: si los estudiantes pueden aplicar su conocimiento, habilidades y comprensión en los contextos importantes del

mundo real.

Evaluación Informal

El propósito de esta propuesta de evaluación es recopilar evidencia acerca de cómo los estudiantes procesan y completan tareas reales en un tema particular.

La evaluación alternativa y/o auténtica permite:

- integrar e interpretar el conocimiento y transferirlo a otros contextos
- documentar el crecimiento del individuo en cierto tiempo, en lugar de comparar a los estudiantes entre sí
- enfatizar las fortalezas de los estudiantes en lugar de las debilidades
- considerar la diversidad existente entre los alumnos: los estilos de aprendizaje, las capacidades lingüísticas, las experiencias culturales y educativas, y los niveles de aprendizaje.

Mediante esta propuesta de evaluación, el docente podrá adecuar su planificación y estrategias de trabajo a fin de:

- verificar cómo los estudiante resuelven problemas y no solamente atender al producto final de una tarea, ya que el razonamiento determina la habilidad para transferir aprendizajes.
- propiciar el trabajo en equipo y no solamente la ejecución individual ya que la vida real requiere de esta habilidad.
- estimular la búsqueda de más de una manera de hacer las cosas, ya que las situaciones de la vida real raramente tienen sólo una alternativa.
- requerir que los estudiantes comprendan el todo y no sólo las partes.
- promover la transferencia mediante el uso inteligente de las herramientas de aprendizaje.

Sugerencias de posibles materiales para evaluación auténtica y/o alternativa

Se sugiere que las evaluaciones escritas se realicen en una hora de clase y

consten de cinco actividades contextualizadas.

En cuanto al material a utilizarse para los contextos pueden ser: diálogos, historias, material auténtico (artículos de diarios o revistas, manuales técnicos, folletos de aparatos diversos, entre otros) e información de Internet.

Los diferentes ejercicios deberán evaluar: comprensión auditiva, comprensión lectora, conocimiento léxico (vocabulario), aspectos sintácticos y gramaticales y expresión escrita.

El orden de los ejercicios queda a criterio de los docentes, dependiendo del grado de dificultad de los mismos y de la tarea a llevar a cabo. Sin embargo, se sugiere comenzar por el ejercicio de comprensión auditiva en virtud de que los estudiantes pueden trabajar al mismo tiempo al inicio de la prueba.

Es imprescindible incluir una tarea de expresión libre por medio de la escritura la cual deberá estar contextualizada al tema de la propuesta.

Como apoyo a los docentes, se detallan a continuación las diferentes destrezas o competencias a evaluar con posibles actividades a incluir:

Comprensión auditiva (Listening comprehension)

- Escuchar e indicar lo correcto (figuras, símbolos, oraciones, etc).
- Escuchar y ordenar (figuras, íconos, párrafos de textos, etc).
- Escuchar y unir (oraciones, textos con títulos, etc).
- Escuchar y completar (espacios, dibujos, diagramas, tablas, etc).
- Escuchar y numerar (figuras, diálogos, oraciones, textos, etc).
- Escuchar e identificar (sentimientos, estados de ánimo, etc).

Comprensión lectora (Reading Comprehension)

- Proporcionar los títulos para diferentes tipos de texto.
- Discernir si el título de un texto es adecuado.
- Elegir títulos o subtítulos apropiados para diferentes textos y párrafos.

- Discernir si la información es Verdadera, Falsa o No se Explicita Brindar la evidencia correspondiente.
- Seleccionar la opción correcta dentro de opciones múltiples.
- Brindar la evidencia para aseveraciones referente al texto.
- Insertar oraciones o párrafos faltantes en textos.
- Ordenar secciones del texto.
- Responder preguntas.
- Unir palabras y definiciones, partes de oraciones y preguntas con respuestas.

Vocabulario (Vocabulary)

- Organizar en un mapa semántico en categorías pre-definidas.
- Etiquetar términos en una ilustración.
- Organizar términos en categorías predeterminadas.
- Identificar el término que no corresponda.
- Encontrar sinónimos y antónimos.
- Encontrar referencias en el texto.
- Unir definiciones con los términos correctos.
- Encontrar expresiones o modismos equivalentes a los que se mencionan.

Lenguaje

Test de Cloze: completar los espacios en blanco en un texto.

- Presentar las palabras eliminadas del texto en desorden.
- Dejar a criterio del estudiante cuales palabras utilizar sin darle pistas.
- Completar con la forma correcta del verbo entre paréntesis.
- Elegir la palabra correcta de una serie de palabras presentadas.
- Completar oraciones: ordenar palabras en una oración, unir mitades de oraciones.
- Completar un diálogo.

Expresión escrita (writing)

- Se tendrá en cuenta la escritura como medio de comunicación y no la práctica mecánica de puntos gramaticales.
- Se especificará lo que se espera del estudiante teniéndose en cuenta lo enseñado en clase.

Evaluación oral en los exámenes.

La evaluación oral en los exámenes deberá basarse en:

- Conversación personalizada con el estudiante abordando temáticas trabajadas durante el curso.

Descripción de una o varias figuras pudiéndose utilizar las trabajadas en clase o del material de texto específico.

Conversación sobre temas propuestos en el texto utilizado.

Expresar similitudes y diferencias entre dos o más figuras, etc.

Es importante recordar que los estudiantes reglamentados deberán ser examinados oralmente por dos de los integrantes del Tribunal, jamás por uno solamente.

Evaluación escrita en los exámenes

Los exámenes escritos contendrán 6 actividades. Las mismas deberán constar en la propuesta, no pudiéndose registrar en el pizarrón para que los estudiantes los copien, ni ser cambiados o incorporados posteriormente a que la propuesta haya sido preparada por el Tribunal.

Criterios para calificar las pruebas:

Para el Curso de Bachillerato Profesional la nota mínima de aprobación de escritos, pruebas y exámenes (suficiencia 55% del puntaje total).

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía para el Alumno: se sugiere la bibliografía de la cual el/la docente

deberá seleccionar material para las diversas unidades.

Walker, Robin & Harding Keith OXFORD ENGLISH FOR CAREERS:

TOURISM 1-2 Oxford University Press (2010)

Wood, Neil TOURISM AND CATERING WORKSHOP Oxford (2003)

Jacob, Miriam & Strutt, Peter ENGLISH FOR INTERNATIONAL TOURISM

Longman (1997)

Harding, Keith & Henderson, Paul HIGH SEASON English for the Hotel and

Tourist Industry Oxford University Press (1994)

Stott, Trish & Revell, Rod (2008) Highly Recommended English for the hotel
and catering industry – Student's book New Edition - Oxford

St J Yates (1991) A course for restaurant and bar staff May I help you? English
in Tourism - Cassell

St J Yates (1991) A course for hotel reception staff Check In English in
Tourism – Cassell

Harkess, Shiona and Wherly, Michael (1991) You're Welcome! English for the
hotel reception. Nelson

Harkess, Shiona and Wherly, Michael (1991) With Pleasure! English for the
hotel service staff. Nelson

Hughes, John (2006) Telephone English MACMILLAN

The Oxford-Duden Pictorial Spanish & English Dictionary (1994) Oxford

Oxford English Picture Dictionary EC Parnwell Oxford

Diccionario Cambridge Klett Pocket Español-Inglés English-Spanish o

Diccionario Pocket Inglés-Español Español-Inglés Para estudiantes

latinoamericanos o Diccionario Oxford Pocket para estudiantes de Inglés

Español-Inglés

Bibliografía de apoyo para el docente:

- Díaz Maggioli, Gabriel – Painter –Farrell Lesley LESSONS LEARNED First Steps Towards Reflective Teaching en ELT. Richmond (2016)
- Harmer, Jeremy Essential Teacher Knowledge (2012) Pearson
- Hearn,I; Garcés Rodríguez, A (2005) Didáctica del Inglés Madrid Pearson
- Harmer, J (2004) The Practice of English Language Teaching Malaysia Longman
- Littlewood, W (1981) La enseñanza comunicativa de idiomas – Introducción al enfoque comunicativo Gran Bretaña Cambridge University Press
- Harmer, J (1998) how to Teach English Madrid Longman
- Rea-Dickins, P & Germaine, K (1993) Evaluation Hong Kong Oxford University Press
- Ur, P (1998) A Course in Language Teaching UK Cambridge Teacher Training and Development
- Painter, L (2003) Homework China Oxford
- Woodward,T (2001) Planning Lessons and Courses UK Cambridge Handbooks for Language Teachers
- Lynch, T (1996) Communication in the Language Classroom Hong Kong Oxford University Press
- Richards, J C and Rodgers, T S (1999) Approaches and Methods in Language Teaching USA Cambridge University Press
- Douglas Brown, H (2001) Teaching by Principles: An Interactive Approach to Language Pedagogy, New York Longman
- Littlewood, W (1981) Communicative Language Teaching USA Cambridge University Press

Celce, M; Hilles, S (1988) Techniques and Resources in TEACHING GRAMMAR USA Oxford

Silberstein, S (1994) Techniques and Resources in TEACHING READING USA Oxford University Press

French Allen, V (1983) Techniques in TEACHING VOCABULARY USA Oxford University Press

Raimes, A (1983) Techniques in TEACHING WRITING Hong Kong Oxford University Press

Teeler, D; Gray, P (2000) how to Use the Internet in ELT Malaysia Longman

Kroll, B (1993) Second Language Writing USA Cambridge University Press

Bachman, L F (1990) Fundamental Considerations in Language Testing USA Oxford University Press

Willis, J & Willis D (1996) Challenge and Change in Language Teaching London
MACMILLAN HEINEMANN

Rinvolutri, M and Davis, P (1995) MORE GRAMMAR GAMES Cognitive, affective and movement activities for EFL students Great Britain Cambridge University Press

Swan, M; Walter, C (2001) how ENGLISH Works – A GRAMMAR PRACTICE BOOK China Oxford University Press

Chevallard, Y (1977) "La Transposición Didáctica", Buenos Aires, Aique

Sacristán, Gimeno y otros (1992) "Comprender y Transformar la enseñanza", Madrid, Morata.

Harris, M and McCunn, P (1994) "Assessment", Oxford Heinemann

Santos Guerra, M. (1990), "Evaluación educativa" Madrid, Morata

Lafourcade, Pedro "Evaluación de Unidades Educativas sobre la base de logros"

México, Editorial Trillas

Ribé, R & Vidal, N., (1994) "Project Work", Oxford, Heinemann

Ribé, R & Vidal, N., (1994) "Planning Classroom", Oxford, Heinemann

Spencer, L.M. & Spencer, S.M. (1993) "Competence at work: Models for Superior Performance" New York, John Willey & Sons.

O'Malley, J M; Valdez Pierce, L (1995) AUTHENTIC ASSESSMENT FOR ENGLISH LANGUAGE LEARNERS - PRACTICAL APPROACHES FOR TEACHERS, Addison – Wesley Publishing Company

WEB SITES RECOMENDADAS:

www.campus-oei.org/pensariberoamerica

www.globalenglish.com

www.gsn.org

www.eslhouse.com

www.howstuffworks.com

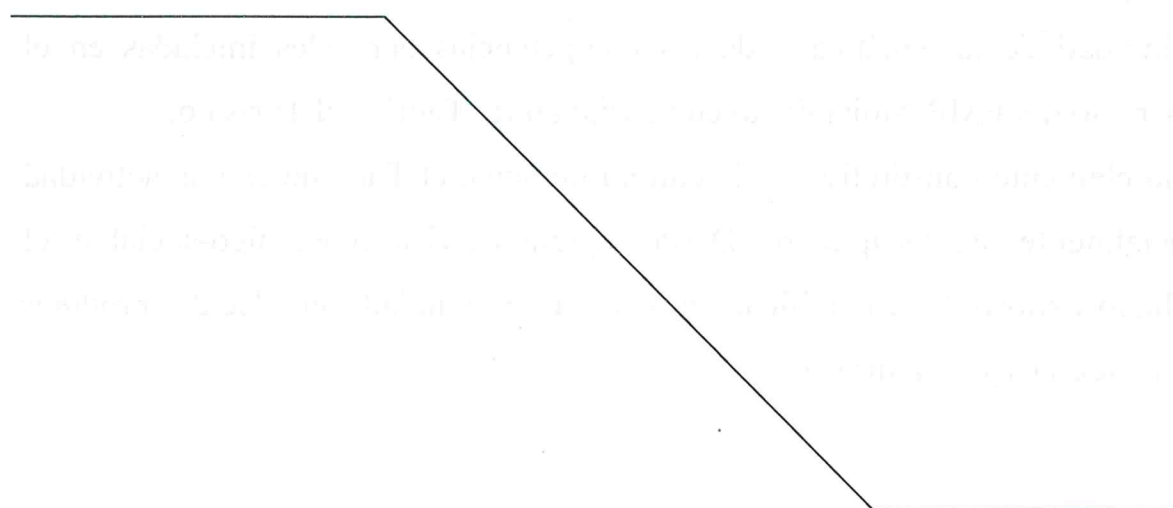
www.findarticles.com/Pl/index.jhtml

www.geocities.com/Kurtracy

www.tesol.org

www.elllo.org

www.englishtips.org



		PROGRAMA				
		Código en SIPE	Descripción en SIPE			
TIPO DE CURSO		052	Bachillerato Profesional			
PLAN		2008	2008			
SECTOR DE ESTUDIO		713	Turismo			
ORIENTACIÓN		40E	Alojamiento y Agencias de Viajes			
MODALIDAD			Presencial			
AÑO		3	Tercero			
TRAYECTO		---	---			
SEMESTRE		---	---			
MÓDULO		---	---			
ÁREA DE ASIGNATURA		857	Planificación de Actividades Turísticas			
ASIGNATURA		31735	Planificación Turística y Sustentable: Proyecto			
ESPACIO o COMPONENTE CURRICULAR		Profesional				
MODALIDAD DE APROBACIÓN		Exoneración				
DURACIÓN DEL CURSO		Horas totales: 96		Horas semanales: 3		Cantidad de semanas: 32
Fecha de Presentación: 06/03/17	Nº Resolución del CETP	Exp. Nº 615/17 c/2309/16	Res. Nº 666/17	Acta Nº 94	Fecha 29/03/17	

FUNDAMENTACIÓN

El Programa de Planificación Turística y sustentable: Proyecto es la natural continuidad de la temática y de las competencias generales iniciadas en el primer año del EMP Alojamiento en la asignatura Teoría del Turismo.

Como elemento constitutivo de la cultura humana, el Turismo es una actividad esencialmente interdisciplinaria. Desde el punto de vista económico-social, es el resultado exitoso de la planificación de una comunidad que decide producir para residentes y para turistas.

Esta Oferta turística territorial es consecuencia del funcionamiento de un sistema y supone una decisión estratégica enfocada hacia el desarrollo productivo en el largo plazo, en la sustentabilidad. Así se evidencia el efecto multiplicador del turismo y la posibilidad de activar procesos de crecimiento local con la consiguiente redistribución de la riqueza hacia los países oferentes y sus comunidades.

El crecimiento del turismo no ha estado libre de conflictos: como el de ciertos flujos turísticos y la calidad medioambiental. Esto conduce a la toma de conciencia sobre los recursos renovables y agotables y a la necesidad de crear instrumentos para cuidar los bienes públicos, el ambiente para las generaciones presentes y futuras.

La actividad turística implica una mirada antropológica: una forma de cultura que involucra a los organizadores de la oferta, a los anfitriones y a los visitantes: los tipos de viajeros y sus motivaciones: los cambios de la comunidad receptora y las posibles repercusiones en su identidad.

El aumento de la información sobre destinos turísticos facilitado por las Técnicas de la Información y Comunicación, las campañas publicitarias y la mayor experiencia de los viajeros provocan cambios culturales importantes. Hay exigencia de atención personalizada, diversificación motivacional que se manifiesta en un mayor interés en “entrar en contacto” con las culturas locales, en visitar áreas naturales protegidas, e incluso, participar de actividades vinculadas al turismo ético.

La asignatura Planificación Turística y Sustentable: Proyecto incorpora el conocimiento de los Impactos de esta actividad y las bases teóricas de la sustentabilidad que subyacen en los servicios de excelencia y con certificación ambiental. Todo lo cual es previo al abordaje de la metodología de investigación

de proyectos que permitirá a los estudiantes del Bachillerato Profesional en Alojamiento y Agencias de Viajes elaborar su proyecto de egreso.

El programa Planificación Turística y Sustentable: Proyecto está distribuido en dos partes. Una primera que incluye una introducción y continuidad de los conocimientos adquiridos por los estudiantes en Teoría del Turismo I en el EMP Alojamiento sobre los impactos del turismo y la sustentabilidad turística en lo económico, socio – cultural y ambiental, siendo la misma la base de la certificación de la calidad en los servicios a través de las Normas ISO 14001.-

Una segunda parte más extensa sobre la Metodología de Proyectos Turísticos donde se introducen los instrumentos teóricos que permiten a los equipos de estudiantes seleccionar y formular proyectos en el ámbito de los servicios turísticos empresariales. Esta parte se centrará en el despliegue de los Proyectos seleccionados por cada uno de los equipos, su seguimiento recibiendo el aporte de cada uno de los profesores del curso.

La puesta en ejecución del Proyecto supone la sustitución del “profesor – contenido” por el “orientador y articulador” así como el cambio de rol del estudiante haciéndolo partícipe de la construcción del conocimiento al otorgar valor fundamental a su actividad y participación.

“Es muy importante revitalizar, en las actividades educativas, la idea de que hay que trabajar, de que esto es un esfuerzo, que el aprendizaje no es algo que va a venir espontáneamente, “de arriba”. (Tedesco,JC (1996) Los cambios curriculares en la educación media. Aportes para la reflexión. ANEP)

“Es la forma en que los jóvenes aprendan a emprender, a realizar pequeños proyectos interdisciplinarios, vincularse con el área de influencia de la Escuela, a trabajar en equipo, a cooperar y tomar decisiones. También tendrá un espacio para la duda, para explicar su razonamiento, tomar conciencia de sus maneras de comprender, recordar, comunicar y aprender a reflexionar. Asimismo será

responsable de sus decisiones.

De esta manera, como dice C. Braslavsky se “habrá construido una alternativa de articulación, de la escuela con el mundo del trabajo” Braslavsky, C “La educación secundaria. ¿Cambios o inmutabilidad? Ed. Santillana

OBJETIVO GENERAL

El turismo como cualquier otra actividad del ser humano debe estar enmarcado en una gestión sostenible. En este sentido, el propósito de esta materia es generar las habilidades cognitivas y operativas de los estudiantes para elaborar un proyecto en el área de servicios de alojamiento y agencias de viaje que tenga como marco teórico el turismo sostenible en su más amplia acepción, sea concebido como viable y acorde al nivel educativo de un bachillerato profesional.

Se encuentra dentro de sus fines generar en los estudiantes el descubrimiento de problemas a resolver en los servicios donde se desempeñen o nuevos requerimientos de los turistas que aún no están incluidos en la oferta local de los servicios turísticos.

Todo lo enunciado anteriormente se vincula a través de los siguientes ejes vertebradores:

1. Trabajo en equipo,
2. Investigación,
3. Creatividad,
4. Autonomía.

Competencias

- Analizar críticamente la Información
- Comprender los impactos económicos, sociales, culturales y ambientales del Turismo.
- Internalizar el concepto de sostenibilidad en lo económico –social -cultural y

ambiental y aplicarlos a casos concretos.

- Incorporar las técnicas de la Información y comercialización (TIC) y analizar los impactos producidos en el sector.

- Tener la capacidad de realizar la transferencia del conocimiento de manera de reestructurarlo en la realización de un proyecto integrador y viable en los servicios de alojamiento y/o agencia de viajes.

CONTENIDOS PROGRAMÁTICOS

El programa queda integrado por tres unidades que están ubicadas en este orden de prelación:

Unidad I: Los Impactos del Turismo

Unidad II: La sostenibilidad, base de la calidad total de la experiencia turística.

Unidad III: Metodología de investigación en proyectos turísticos en el ámbito de alojamiento y agencia de viajes que incluyen el seguimiento de los proyectos y las correcciones de los avances

Unidad I: Los impactos del Turismo

Propósito clave (objetivo): Utilizando los conocimientos adquiridos por los alumnos en el Teoría del Turismo en primer año de EMP Alojamiento analizar las repercusiones del Turismo sobre las comunidades y países en los aspectos económicos, socio-culturales y ambientales, evaluando sus beneficios y costes.

Competencias	Contenidos	Actividades
Comprender que el Turismo, como cualquier fenómeno social y económico provoca situaciones que afectan positiva y negativamente la vida de la gente, las comunidades y sus culturas.	. 1.- Importancia del Turismo en la Economía. 1.1.- Beneficios: Equilibrio Balanza de Pagos; PBI; Empleo 1.2.- Costes: fluctuaciones demanda turística; Inflación; dependencia capital extranjero; estacionalidad. 1.3.- Las Cuentas Satélite del Turismo.	Lectura de la bibliografía indicada. Promover trabajo interdisciplinario y a través de equipos.
Analizar el Turismo como un dinamizador económico y generador de externalidades.	2.- Impactos socio- culturales: Encuentro turistas /anfitriones. 2.1. Beneficios: conservación sitios y valores culturales;	Uso de artículos periodísticos y encuestas temporada turística para analizar en clase. Invitación de expertos a la clase.
Reconocer el Turismo como fenómeno de comunicación entre culturas, con sus aspectos		Búsqueda de información a través de redes con otros centros educativos

positivos y negativos. A través del conocimiento de los impactos socio-culturales, impulsar el fortalecimiento de la identidad a la vez que el respeto por la cultura de los otros. Comprender que la Naturaleza es recurso turístico limitado.	mejora de servicios; educación; desarrollo de la tolerancia social. 2.2.- Costes: Efecto demostración; aumento tensiones sociales; modificación de la cultura local; etc. 3.- Impacto ambiental 3.1. Turismo y Paisaje 3.2. Costes Ambientales: destrucción de ecosistemas frágiles; contaminación de suelos; extinción de especies de flora y fauna; escasez de agua; contaminación acústica y arquitectónica; 3.3.- Turismo: factor de riesgo ambiental que hay que reconvertir.	Interesados en el tema. Elaboración de Informes, programas de radio y T.V. Trabajo con la Comunidad con el objetivo de difundir campañas de educación ambiental. Salidas de campo interdisciplinarias.
---	---	---

Unidad 2: La sostenibilidad, base de la calidad total de la experiencia turística.

Propósito Clave (Objetivo): Teniendo en cuenta los impactos del Turismo analizar el proceso de cambio de modelo entendido como “una forma de desarrollo, manejo y actividad turísticos que mantiene a perpetuidad la integridad y bienestar de índole ambiental, social y económica de los Recursos Naturales y Culturales.” (FNNPE, 1993) y es la base de la calidad total de los servicios del sector.

Competencias	Contenidos	Actividades
Comprender que el desarrollo sostenible concilia el crecimiento económico con calidad ambiental y social. Promover el trabajo interdisciplinario y en equipo. Reconocer que debe existir un equilibrio entre el disfrute del visitante y la conservación de los recursos turísticos. Valorar la excelencia como una forma de evitar el declive de un destino turístico. Asociar la relación entre la gestión de cada servicio en el Producto Turístico y la imagen del destino	1.- Concepto de desarrollo local sostenible. Sustentabilidad económica, socio- cultural y ambiental. Turismo Sostenible. Análisis de las Declaraciones Internacionales, Capacidad de carga en los destinos turísticos. Rol de la ciudadanía y de las comunidades locales. Uruguay: Normativa General.. Aplicación en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas. 2.- Sostenibilidad y Calidad en los Servicios Turísticos.	Lectura y análisis crítico de las Declaraciones sobre Desarrollo y Turismo Sostenible. Cumbres Internacionales. Información en revistas especializadas; proyección de videos. Sitios web Trabajo con la Comunidad con el objetivo de difundir campañas de educación ambiental. Trabajo interdisciplinario. Visita a hoteles y empresas certificadas en calidad y Ambiente. Invitación a expertos y

turístico, región o país. Reconocer la importancia del Factor Humano en la gestión de calidad. Apreciar la aplicación del concepto de sostenibilidad en las normativas internacionales de Certificación de Calidad Ambiental.	Servicio: concepto y características en el Sector Turismo. El Factor Humano. El rol del usuario /cliente. Calidad: concepto y tipología. TQM: Gestión de Calidad Total. Aplicación de las Normas ISO 9004 en los Servicios Turísticos. Inclusión del Ambiente en la Calidad: Normas de Certificación de Calidad Ambiental ISO 14001. Objetivos.	autoridades de instituciones públicas y privadas relacionadas con el tema de la Calidad y el cuidado del Ambiente. INACAL. Visitas a sitios web específicos como por ejemplo: www.hotelmajestic.es www.calvia.com Reflexión sobre impacto de Fenómenos climáticos extremos en el Turismo en Uruguay.
--	---	--

Unidad 3: Metodología de investigación en proyectos turísticos empresariales

Propósito Clave (objetivo): A partir del conocimiento de la Metodología de investigación, los alumnos serán capaces de realizar el diseño de un proyecto integrador de los diferentes aportes recibidos en el trayecto del EMP Alojamiento y el año del BP de Alojamiento y Agencia de Viajes, sobre la base de la sustentabilidad y viabilidad, que permitan detectar problemas u oportunidades de mejorar o emprender en los servicios del sector.

<u>Competencias</u>	<u>Contenidos</u>	<u>Actividades</u>
Conocer y valorar la teoría y metodología de investigación para la realización del proyecto tecnológico. Valorar el Proyecto como una herramienta para resolver problemas o aprovechar oportunidades. Operar y organizar el conocimiento como un proceso: desde la idea inicial a la concreción del Proyecto, marcando objetivos, secuencias y metas. Introducir al estudiante en el arte de conciliar y articular posiciones encontradas dentro del equipo.	Concepto de Plan y de Proyecto Turístico. Métodos de Investigación en Turismo. Técnicas de Investigación. Estructura del Proyecto Turístico: 1.- Problema de Investigación 2.-Contexto- Antecedentes. 3.- Marco teórico. 4.- Marco Institucional 5.- Objetivos. 6.- Actividades. 7.- Beneficiarios. 8.- Materiales y Métodos 9.-Cronograma. 10.-Recursos Humanos y materiales. 11.- Resultados esperados. 12.- Bibliografía 13.- Anexos. Elección y formulación de un Proyecto.	Consulta de la bibliografía indicada. Ejercicios de sensibilización sobre el ser humano y sus proyectos en la vida cotidiana. Intercambio de experiencias y avances entre los equipos, de manera de enriquecer el escenario y tener la posibilidad de observaciones de los “ otros” Facilitar el intercambio de ideas entre los miembros del equipo en la etapa de elección del Proyecto. Invitar a entidades o técnicos a relatar sus experiencias en Proyectos Turísticos.

PROPUESTA METODOLÓGICA

El proyecto es de inserción en la zona / ciudad donde se realiza el curso. Es la única posibilidad que los alumnos realicen un trabajo de campo, que se involucren en la temática del lugar donde viven. El Proyecto debe ser grupal aunque la defensa del mismo es individual.

La asignatura debe desarrollarse bajo la modalidad de taller, con sus tres horas en bloque de manera de trabajar en equipo, recibir los informes de cada grupo e ir desarrollando los temas teóricos vinculados a la asignatura pero personalizados de acuerdo a la temática elegida por los equipos.

Esta asignatura posibilita hacer un monitoreo y acompañamiento de los pasos del proyecto, establecer fechas de entrega, consulta y participación de los docentes de las otras asignaturas, controlar la devolución de los avances y de las revisiones de los mismos.

Es importante que el proyecto sea elegido voluntariamente por el equipo estudiantil y no “marcado” desde el profesor o desde el centro educativo.

Si bien, existen dos unidades previas a la correspondiente a la Metodología de Proyecto, los estudiantes ya han realizado prácticas en establecimientos de alojamiento y han tenido dos años de taller de práctica, lo que hace posible motivar la búsqueda de “problemas” que hayan detectado y que pueden ser motivo de la elección del proyecto de egreso desde el inicio del curso.

Para la concreción del Proyecto es imprescindible coordinar con las asignaturas afines al tema.

Para una visión integral del Curso se sugiere la siguiente distribución horaria:

Unidad I: Los Impactos del Turismo

12 horas

Unidad II: La sostenibilidad, base de la calidad total de la experiencia turística.

18 horas

Unidad III: Metodología de investigación en proyectos turísticos empresariales

(*) 56 horas

(*) incluyen el seguimiento de los proyectos y las correcciones de los avances

Total 96 horas.

EVALUACIÓN

La evaluación deberá ser coherente con esta práctica: estará integrada al funcionamiento de las situaciones problemas e incorporará al propio alumno a la reflexión sobre su actuación, sus dificultades y la visión de sus propios compañeros de clase.

La evaluación formativa, integrada al proceso de enseñanza- aprendizaje debe iniciarse con un diagnóstico inicial, el que informará sobre los conocimientos previos de los alumnos y las estrategias y recursos didácticos a utilizar. Posteriormente, se analizará el proceso teniendo en cuenta la metodología utilizada.

La evaluación es un instrumento de reflexión sobre el proceso educativo y permite realizar modificaciones pedagógicas. La evaluación se rige por el Reglamento de Evaluación y Pasaje de grado vigente.

BIBLIOGRAFÍA

- Aaker, David y Day, Georges (1990) *Investigación de mercados*. Colombia. McGraw Hill
- Boullón, Roberto (1990) *Planificación del Espacio turístico*. México. Ed. Trillas
- Boullón, Roberto (2003) *Ecoturismo y Sistemas Naturales y Urbanos*. Buenos Aires. Ed-Turísticas.

- Boullón, Roberto (2003): Calidad Turística. Bs. Aires Ediciones Turísticas.
- Bresciano, Juan A. (2004) Investigar en humanidades. Montevideo. Psicolibros. Col. Humanidades Vol II
- Ceballos Lascuráin, Héctor (1998) Ecoturismo, Naturaleza y Desarrollo Sostenible. México- Ed. Diana.
- Cisa Rodríguez, Agustín (1995) Introducción a los métodos y técnicas de investigación social. Montevideo F.C.U.
- Eco, Umberto (1977) – Cómo se hace una Tesis. Gedisa Editorial
- Getino, Octavio: (2002) Turismo entre el ocio y el neg-ocio Buenos Aires. Ed.Ciccus
- Hernández Sampieri, Roberto y otros. (1995) Metodología de la Investigación. Buenos Aires. Mc GRAW-HILL.
- Inskeep, Edward (1999) Guía para administradores locales: desarrollo turístico sostenible. Madrid. O.M.T.
- Kerlinger, Fred (1979) Investigación del comportamiento. México. Interamericana
- Molina, Sergio: Turismo y Ecología (1998) México.. Ed. Trillas
- Pearce, Douglas (1991): Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográficas. México. Ed. Trillas
- Rodríguez Miranda, Adrián (ccord) (2011) Desarrollo de capacidades para emprender. Manual para equipos técnicos e instituciones que apoyan microemprendimientos. Montevideo. Editorial Fin de Siglo
- Rubio Gil, Ángeles (Coord) (2003) *Sociología del Turismo*. Barcelona. Ariel Turismo
- Sabino, Carlos (2000) *El proceso de Investigación*. Caracas. Ed. Panapo.
- Sabino, C (1992): *Cómo se hace una tesis*. Ed. Panapos. Caracas.

- Sancho, Amparo (1998) – Introducción al Turismo- OMT Madrid
- Schlüter, Regina (2005): Investigación en Turismo y Hotelería Ed. CIET Bs Aires.
- Trilbe, John (2000) La Economía del Turismo. España. Ed. Crítica.
- Toyos, M. – Massafra, M. (2009) *Cómo escribir una Tesis en Turismo*. Buenos Aires, Ediciones turísticas.
- Valls.J.F (2004) *Gestión de destinos turísticos sostenibles*. Barcelona. Gestión 2000.com
- Yuni, José, Urbano, Carlos (2006) *Técnicas para investigar*. Tomos I,II,III. Córdoba. Editorial Brujas.

Ficha: “Calidad total en turismo” elaborado por Prof. Ana Salom

		PROGRAMA			
		Código en SIPE	Descripción en SIPE		
TIPO DE CURSO		052	Bachillerato Profesional		
PLAN		2008	2008		
SECTOR DE ESTUDIO		713	Turismo		
ORIENTACIÓN		40E	Alojamiento y Agencias de Viajes		
MODALIDAD			Presencial		
AÑO		3	Tercero		
TRAYECTO		---	---		
SEMESTRE		---	---		
MÓDULO		---	---		
ÁREA DE ASIGNATURA		146	Administración y Gestión empresarial		
ASIGNATURA		01550	Administración		
ESPACIO o COMPONENTE CURRICULAR		Profesional			
MODALIDAD DE APROBACIÓN		Exoneración			
DURACIÓN DEL CURSO		Horas totales: 128	Horas semanales: 4		Cantidad de semanas: 32
Fecha de Presentación: 06/03/17	Nº Resolución del CETP	Exp. Nº 615/17 c/2309/16	Res. Nº 666/17	Acta Nº 94	Fecha 29/03/17

FUNDAMENTACIÓN

Dentro de los lineamientos estratégicos propuestos en el Plan Quinquenal 2010 – 2014, el Consejo de Educación Técnico Profesional – Universidad del Trabajo del Uruguay (CETP – UTU) de proveer los mecanismos necesarios para garantizar la continuidad educativa y el derecho a la educación de los estudiantes a través de la formación Técnica, Tecnológica y Profesional y la ausencia en el área Hotelería y Turismo de una propuesta educativa que otorgue la continuidad a los cursos de Educación Media Profesional (EMP) en Alojamiento y Agencias de Viajes y los de Formación Profesional Superior (FPS) de Recepción Hotelera y Auxiliar Técnico en Reservas y Ventas de Agencias de Viajes (Plan 1999/2000), actualmente discontinuados.

Asimismo considerando la modalidad de Bachillerato Profesional (BP), aprobada por el Consejo de Educación Técnico Profesional (Exp. 6429/2007), cuyo principal objetivo es garantizar la continuidad de los egresados de los EMP, para la culminación de la Educación Media Superior, de acuerdo a lo expresado en dicho documento así como los FPS discontinuados en Recepción Hotelera y Auxiliar Técnico en Reservas y Ventas de Agencias de Viajes, con un perfil técnico más específico, adecuado a las necesidades del mercado laboral, de acuerdo a los perfiles ocupacionales correspondientes.

El BP en Agencia de Viaje y Alojamiento promueve la integración de un conjunto de competencias científicas, tecnológicas, técnicas y sociales, que contribuyen al desarrollo integral de los educandos con énfasis en aquellas que permiten su inserción laboral (con la certificación correspondiente). Sus egresados tendrán competencias fundamentales y específicas que se orientan hacia las áreas de atención al cliente y de administración, procurando no sólo formar para la empleabilidad en carácter de dependencia, sino también para la

creación de sus propios emprendimientos laborales.

FUNDAMENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

El ciudadano se ve enfrentado a desafíos cada vez más exigentes, ya sea en su actividad personal como laboral, lo que le requiere para la resolución de problemas, conocimientos y habilidades vinculados con la Administración.

Todo individuo a lo largo de su vida administra o va a ser administrado. En todos los aspectos de su vida personal, familiar, laboral deberá administrar. Para que esa administración sea un factor de éxito en esos ámbitos, se requerirán habilidades que le permitan un accionar eficiente y eficaz, conocer la ciencia de la Administración le brindará dichas habilidades a través de la aplicación de sus principios, estructuras, teorías, etc.. Ser parte de la estructura organizacional actual implica no solo hacer y resolver acciones, sino tomar decisiones y generar bienes o servicios con el fin de que permita marcar la necesidad de una permanente adaptación e innovación en un mundo de trabajo cambiante, como organización o como trabajador dependiente o independiente. Para ello se hace necesario conocer las herramientas del Marketing personal, general y de servicios con el fin de acompañar y dirigir los esfuerzos hacia el éxito de la organización.

A su vez las organizaciones requieren personal competente. El desafío de la Educación no sólo será el de facilitar la adquisición del conocimiento, sino de crear ámbitos donde los estudiantes desarrollen competencias personales y profesionales, promovidas a través del dominio de la capacidad de resolución de situaciones simples y complejas, a lograr mediante la asociación de recursos movilizables como ser: conceptos, métodos, esquemas, modelos, formulación de hipótesis y procedimientos, formas específicas como analogías, trabajo de transferencias incluyendo repeticiones por experiencias pasadas y desarrollo de

la creatividad e innovación para la resolución de situaciones singulares, adecuadas al momento y a la situación en forma eficaz y eficiente.

El CETP adoptó el concepto de competencia como un aprendizaje construido, asociado al saber movilizar todos o parte de los recursos cognitivos y afectivos que el individuo dispone, para enfrentar situaciones complejas, familias de situaciones.

Definir la competencia como un “saber movilizar” puede producir confusión en la medida que la movilización de recursos cognitivos no constituye una destreza específica, es decir no existe un saber movilizar universal, pero también es cierto que cada vez que el sujeto se enfrenta a una situación compleja, no responde en forma totalmente espontánea, sino que se produce un proceso de adaptación en el que emplea esquemas ya creados.

Este proceso de construcción de la competencia permite organizar un conjunto de esquemas estructurados en red, los que movilizados facilitan la incorporación de nuevos conocimientos y su integración significativa a esa red. Esta construcción implica operaciones y acciones de carácter cognitivo, socio-afectivo y psicomotor las que puestas en acción y asociadas a saberes teóricos o experiencias permiten la resolución de situaciones diversas.

Es necesaria la formación de alumnos flexibles y autónomos, con capacidad para buscar, seleccionar e interpretar dicha información.

Introducir conceptos de Marketing de Servicios es fundamental para su función específica, saber identificar las necesidades y los deseos de los clientes, permite mejorar el servicio y la atención fidelizando clientes. El marketing es mucho más que una función aislada de los negocios: es una filosofía que guía a toda la organización. La meta del marketing es crear satisfacción de los clientes, forjando relaciones cargadas de valor con los mismos. Es común confundir

Marketing con sólo publicidad o ventas. Sin embargo, el verdadero marketing no implica el arte de vender lo que se produce, sino más bien el arte de saber *qué* producir. Las organizaciones llegan a ser líderes del mercado cuando entienden las necesidades de los clientes y encuentran soluciones que atraigan a los consumidores por la superioridad de su valor, calidad y servicio. Si están ausentes el valor y la satisfacción por los clientes, ninguna forma de publicidad o ventas podrá compensar esa deficiencia.

OBJETIVOS GENERALES

- Construir su propia actitud para el empleo (en forma dependiente e independiente) para generar las competencias mínimas requeridas.
- Desarrollar competencias cognitivas, tecnológicas y actitudinales.
- Efectuar gestiones administrativas y de atención al cliente con calidad de servicio.
- Enfrentar la obsolescencia tecnológica. Asumir los cambios como un desafío constante y permanente de la realidad.
- Incorporar y valorar el concepto de cliente interno como elemento importante a nivel organizacional.

COMPETENCIAS FUNDAMENTALES

Competencias Comunicativas:

- Manejo y dominio de expresión oral y escrita que le permitan un relacionamiento amplio tanto a nivel interno de la organización como con el ambiente externo.

Competencias Expresivas:

- Desarrollo de la sensibilidad ética para su aplicación profesional
- Desarrollo de la creatividad y habilidades para la investigación, que le permita generar respuestas innovadoras ante situaciones imprevistas o nuevas

oportunidades.

- Manejo y dominio de diferentes códigos de expresión y comunicación acordes con las nuevas tecnologías de comunicación e informáticas.

Competencias Matemáticas:

- Utilización de los recursos tecnológicos y conocimientos básicos de matemática para aplicarlos en la resolución de situaciones-problema.

Competencias Socioculturales:

- Identificar y conocer los valores comunes a la organización y la sociedad en su conjunto.
- Desarrollar habilidades para el trabajo en equipo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- Visualizar a la organización como un sistema en el que los clientes internos y externos constituyen el eje central.
- Identificar e incorporar los conceptos básicos de la ciencia de la administración y el marketing, vinculando la teoría con la realidad que les permita tener una visión global.
- Dominar los elementos básicos relacionados con los soportes de información y su decodificación.
- Conocer y utilizar el análisis de diagnósticos, como herramienta para formular estrategias.
- Reconocer la relevancia de la estructura organizacional formal e informal para la optimización de la organización, como la administración eficiente de los recursos de la organización.
- Determinar y comprender las características y diferencias de los recursos humanos en cuanto a su individualidad y funcionamiento en grupos o equipos.
- Determinar los diferentes factores o fuerzas promotoras del cambio y los

elementos que inciden en la resistencia al cambio, de forma de generar estrategias para reducir sus efectos, desarrollando la capacidad de negociación y mediación.

- Conocer la normativa laboral vigente y su aplicación en materia tributaria, que deben aplicarse en la creación, gestión y cierre de toda organización.
- Distinguir los diferentes elementos y factores que influyen en la viabilidad de un emprendimiento, con una visión proyectiva desde su entorno.
- Realizar investigaciones de mercado a los efectos de construir información importante para la toma de decisiones del trabajo final.
- Evaluar la situación planteada por el trabajo final para poder determinar que de la visto durante el curso es aplicable a dicha situación.

CONTENIDOS PROGRAMÁTICOS

La enumeración de los contenidos, pretende ser una guía que podrá adecuarse a las realidades del aula o del contexto en busca que los alumnos adquieran las competencias fundamentales y específicas vinculadas a la gestión y a la atención del cliente.

Los objetivos específico, formulados como competencias que los alumnos deberán lograr al finalizar el año lectivo, determinan los contenidos a desarrollar desde los recursos humanos, las relaciones con el cliente y las interrelaciones del mercado laboral.

Unidad Temática 1- La organización- empresa.

- Concepto de organización- empresa. Concepto de misión y visión. La empresa como un sistema y su vinculación con la actividad a desarrollar. Elementos que la definen. Empresa como instrumento de cambio.
- Identificar el sistema entre la empresa, la sociedad y el Estado. Estructuras jurídicas. Uni y pluri personales. Requisitos. Ventajas y Desventajas.

- Giros y actividades de las empresas: comerciales, industriales, rurales, construcción, etc. Obligaciones fiscales. Tributación: DGI, BPS, FONASA, FRL, IRPF, diferentes tributos según la estructura jurídica.
- Gestión y responsabilidad fiscal: Inscripción, modificación, regularización y clausuras. Relación con los organismos de control. Fiscalización. Organismos vinculados a la actividad (B.S.E., Ministerios, Intendencias, B.R.O.U.)

Unidad Temática 2 - Emprendedor como motor de la empresa.

- El empresario- emprendedor como elemento integrador y motor de todo emprendimiento.
- Proyecto y creación de un emprendimiento económico: concepto y etapas
- Definición de la idea de negocio. (Metodología CANVAS)
- Estudio de mercado: objetivos y métodos
- Análisis del entorno. Macro y micro. Nacional e Internacional. Ubicación geográfica y emplazamiento
- Misión, Visión, Fines o Propósitos.
- Planificación. Planteo de los objetivos.
- Elección de la forma jurídica: beneficios y obligaciones. Nociones de Sistema Tributario. Principales impuestos. Tasas. Contribuciones. Generalidades. (Impuesto al Valor Agregado, Impuesto a la Renta de las Personas Físicas)
- Análisis de factibilidad. Utilización de diferentes herramientas de diagnóstico

Unidad Temática 3 – Recursos de la Empresa.

- Recursos. Concepto e importancia para la organización.
- Recursos humanos. Administración de los recursos humanos. Políticas y objetivos de recursos humanos. Obligaciones legales. Remuneraciones: normas legales vigentes, liquidación de remuneraciones: aguinaldo, licencia, licencia no gozada. salario vacacional e indemnización por despido y sus incidencias.

- Recursos tecnológicos. Repaso del estudio técnico: equipos y procesos, actualización y adecuación en el proceso. Estrategia tecnológica.
- Recursos físicos. Repaso de la estructura logística, políticas de adquisición y reposición. Manejo de inventarios y presupuestos.
- Recursos financieros. Repaso de concepto de financiamiento, fuentes propias y ajenas. Evaluación de propuestas de financiamiento. Nociones de garantías y su clasificación. Flujo de Caja. Concepto de Viabilidad.

Unidad Temática 4- La Administración Aplicada.

- Concepto y análisis comparativo de la Administración: tradicional, por objetivos, estratégica. Enfoque de sistemas.
- Proceso administrativo. Planificación. (táctica y Estratégica). Organización (organigrama, concepto de tarea, órgano, puesto y cargo) Dirección. Liderazgo. Coordinación (comunicación efectiva). Control
- La Gerencia y el individuo. El grupo, clasificación y procesos. Diferencia entre grupo y equipo. Administración de equipos. Toma de decisiones. Conflictos y negociación.
- La Organización informal. Diferencias entre la Organización formal y no formal. Factores que favorecen su surgimiento. La dirección y el liderazgo. Estilos de dirección. La motivación y la frustración.
- Cultura Organizacional. Concepto. Variables. Riesgo. Sentimientos. Identidad. Libertad. El cambio organizacional como proceso. La mejora de la productividad y la competencia laboral. La comunicación y las habilidades interpersonales. El cambio y la Cultura del cambio.

Unidad Temática 5-Documentación Comercial.

- Los comprobantes: Concepto, Funciones, Clasificaciones. Normativa
- Comprobantes probatorios: Básicos y Complementarios. Específicos de

agencias de viaje y recepción

- Títulos Valores: Ordenes de pago: cheque común, letra de cambio Promesas de pago: vale, conforme, cheque de pago diferido
- Tarjetas Débito y crédito

Unidad Temática 6 - Conceptos de Marketing.

- Definición de Marketing. conceptos centrales. Necesidades. Deseos. Demandas. Producto. Intercambio. Transacciones. Mercados
- Analizar los principales retos que enfrentan los responsables en el nuevo siglo.
- Micro-ambiente y Macro-ambiente de Marketing
- Fuerzas del entorno que afectan la capacidad de la empresa para servir a sus clientes. Decisiones de marketing.
- Sistema de Información de Marketing. Evaluación de las necesidades de información. Proceso de Investigación de Mercados. Desarrollo de la información. Muestreo. Interpretación e informe de los resultados.
- Evaluación del modelo y toma de decisiones.
- Definir el mercado empresarial. Analizar y fundamentar la diferencia entre mercados. Ventajas competitivas
- Escala de necesidades de Maslow.
- Identificación de los compradores y el proceso de decisión de compra. Posicionamiento.

Unidad Temática 7 – Marketing – Mix, Producto - Precio - Promoción / Comunicación, y Plaza (Distribución vs. Localización)

- Definir producto y sus principales marcas y características. Empaque
- Identificar las características que afectan el marketing de servicios.
- Analizar las consideraciones de marketing adicionales que los servicios requieren.

- Describir y analizar las etapas del ciclo de vida de los productos. Matriz BCG.

Punto de Equilibrio

- Describir y analizar los cambios estratégicos durante el ciclo de vida del producto.

- Describir las principales estrategias para fijar los precios teniendo en cuenta los diferentes tipos de clientes y situaciones.

- Definir los papeles de la publicidad, la promoción de ventas y las relaciones públicas dentro de la variable publicidad.

- Funciones que los canales de comercialización desempeñan.

- Comprender la gestión de Localización o ubicación.

- Pasos para el desarrollo de una comunicación eficaz. Elección de un mensaje.

Elección de los medios

- Promoción de ventas. Selección de los instrumentos de la promoción de ventas. Decisiones sobre la Distribución vs. Localización. Naturaleza de los canales.

Unidad Temática 8 – Conceptos de Marketing de Servicios y sus características.

- Definir Marketing de Servicios y exponer sus conceptos centrales.

Características

- Definir qué es Servicio, y su concepto producto y en el Marketing.

- Comparar las filosofías del Servicio en el marco del Marketing.

- Analizar los principales retos que enfrentan los responsables de empresas de Servicios.

- Mix del marketing de servicios.

Unidad Temática 9 – Estructuras del Mix del Marketing de Servicios y sus características.

- Definir el Sistema de Servicios y exponer los elementos que lo identifican y conforman. Estructura de la Oferta de Servicios, Niveles de Calidad en los Servicios, observando caso de la actividad turística.
- Analizar los principales retos que enfrentan los responsables de empresas de Servicios. Elementos que componen el Sistema de Servicios. Estructura de la Oferta de Servicios. Servicio base, derivados y periféricos. Servicio Global.
- Calidad del Servicios y Nivel de Calidad de un Servicio.

PROPUESTA METODOLÓGICA

Se recomienda la utilización de diversas propuestas metodológicas debido a que:

no existe un único método de enseñanza; los distintos tipos de contenidos necesitan formas de enseñanza diferentes; la diversidad de cada grupo de alumnos, implica distintas formas de enfocar el proceso de enseñanza-aprendizajes; y las características particulares de cada docente y su forma de interactuar con el grupo, condiciona la elección de los métodos de enseñanza.

La metodología elegida por el docente debe facilitar el trabajo autónomo de los alumnos, potenciando las técnicas de participación, indagación e investigación, así como las aplicaciones y transferencias de lo aprendido a la vida real. Se recomienda la discusión de temas y casos en forma grupal, procurando identificar los puntos fundamentales del problema planteado clasificando los hechos de acuerdo a directrices pre-establecidas.

Estrategias

Se aconseja la utilización de estrategias que combinen el carácter expositivo como de indagación a fin de facilitar el desarrollo de conceptos muy variados a un alumnado muy diverso.

Cada una de ellas tiene sus ventajas y desventajas, que el docente deberá

evaluar para generar la atención necesarias y poder transformar el conocimiento en un conocimiento enseñado que sea significativo e internalizado que le permita seguir aprendiendo. No se debe dejar de tener presente que el aprendizaje construido por el alumno a través de las técnicas de investigación e indagación se consolidan con mayor fuerza.

EVALUACIÓN

La evaluación será continua y formativa y a su vez diagnóstica, procesual y final. Abarcará contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales; y fundamentalmente los objetivos programáticos, las competencias y la metodología a aplicar. La retroalimentación debe ser continua en el proceso enseñanza-aprendizaje, pues permite la corrección en los momentos precisos, se recomienda el uso de evaluaciones cualitativas. Implicará la obtención de información suficiente que permita el análisis reflexivo y consecuente juicio valorativo, a los efectos de lograr una toma de decisiones conducente al mejoramiento de sujetos y acciones evaluadas.

Se realizarán evaluaciones individuales y en grupo, así como las rigen el proyecto integrado.

Se deben utilizar variados medios de evaluación pues ellos son la garantía de un juicio correcto y procesual del estudiante.

Una innovación didáctica y metodológica exige necesariamente un cambio en la valoración y constatación de los aprendizajes. Durante el curso se realizarán evaluaciones de diversa índole según lo amerite el momento, circunstancia y finalidad de la misma.

En primer término se deberá realizar una Evaluación Diagnóstica con la finalidad de indagar sobre el manejo de información previa referida a la disciplina por parte del alumno, que le permitirá al docente orientar en primera

instancia su quehacer pedagógico.

Si bien este punto de partida es importante e indispensable, no lo son menos las evaluaciones siguientes dado su carácter formativo. La evaluación formativa, que se sirve de la información que se recoge del aprovechamiento de los alumnos, está llamada a desempeñar funciones esencialmente de orientación y de ayuda para la actuación en el aula ofreciendo datos e interpretaciones significativas que permitan entender y valorar los procesos seguidos por los participantes, como proceso cualitativo y explicativo que es, ofreciendo al docente indicadores de la evolución de los sucesivos niveles de aprendizaje de sus alumnos, con la consiguiente posibilidad de aplicar mecanismos correctores de las insuficiencias advertidas.

La evaluación debe ser un proceso integrado al desarrollo de todo el currículo y de la tarea docente. Un divorcio en este punto hace perder toda intencionalidad formativa. Es necesario integrar cualquier práctica de evaluación como parte de los procesos de enseñanza y de aprendizaje, porque ella misma debe ser en sí actividad de formación intelectual y de aprendizaje.

Concebida así la tarea de evaluar, nos conducirá a un resultado sumativo y final positivo, habiendo alcanzado de esta manera nuestra meta. Esta Evaluación Sumativa es la que se traducirá en última instancia en una calificación, que tratará de reducir a una expresión cuantificable, los resultados del proceso.

La evaluación debe siempre contribuir a la comprensión y mejoramiento de los procesos de enseñanza y aprendizaje. Para esto se deberá crear un clima de aula propicio, que favorezca la interacción con el docente y entre compañeros, donde la evaluación se perciba por el alumno como un paso necesario y enriquecedor del proceso, y no como una instancia amarga y penalizadora.

Las pautas metodológicas ya expresadas conducirán al docente a ir hallando

distintas formas alternativas de evaluación, adecuadas a cada momento de los procesos de enseñanza y aprendizaje y a cada grupo de alumnos, donde habrá cabida a experiencias de auto evaluación y co-evaluación.

BIBLIOGRAFÍA

- BONORA, V. et al. Cuaderno de Prácticas Administrativas. Montevideo: Ediciones Ideas.
- BOULLON, Roberto C.; MARKETING TURÍSTICO, Una Perspectiva desde la Planificación - Librerías Turísticas – Argentina.-
- CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. México: McGraw Hill COMAS, Javier. Las Organizaciones, características y fenómenos principales. Montevideo: Entrepreneur XXI.
- CORTAGERENA, A.;
- COMAS, J.; CUNEO, M. Las Organizaciones y su administración. Montevideo: Entrepreneur XXI
- COMAS, J.; GINESTA, D. Emprendimientos: Creación y Gestión. Montevideo: Entrepreneur XXI
- CORTAGERENA, A.; FREIJEDO, C. Teoría de las Organizaciones. Buenos Aires: Pearson Prentice Hall ROSENBERG, Raquel. Información Contable y Gestión. Buenos Aires: Santillana.
- Drucker, P. (1990) La Gerencia: tareas, responsabilidades y prácticas, México: El Ateneo
- Drucker, P. (1992) La innovación y el empresario innovador; la práctica y los principios. 3° ed. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- EIGLER, Pierre y LANGEARD, Eric; Servucción, El Marketing de Servicios . Mc Graw Hill.-
- FREIJEDO, C. Tecnologías de Gestión. Buenos Aires: Pearson Prentice Hall

FOWLER NEWTON, Enrique. Contabilidad Básica. Buenos Aires: Editorial La Ley.

- Koontz, H., Weihrich, H., (1999), Administración Una perspectiva global (11 ed), México: Mc Graw Hill
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary; Mercadotecnia. Prentice Hall – México
- KOTLER, Philip, BOWEN, John y MAKENS, James; Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Prentice Hall - México.-.
- Lazzati, S. (1997) Anatomía de la organización. Argentina: Macchi.
- LOVELOCK, Christopher H.; Marketing de Servicios. Prentice Hall - México.-
- MUÑOZ OÑATE, Fernando; Marketing Turístico. Ed. Centro de Estudios Ramón Areces, SA - España.-
- Pérez del Castillo, S.(2013) Manual práctico de Normas Laborales. Montevideo: Fundación de Cultura Universitaria
- Project Management Institute Inc., (2013), Quinta Edición, Guía de los Fundamentos para la Dirección de Proyectos
- RIES, A. / TROUT. J. 1993. Posicionamiento. México. McGraw Hill - México
- Robbins, S., Coulter, M., (1999), Comportamiento Organizacional (8ª ed), México: Prentice Hall
- Robbins, S., Coulter, M., (2010), Administración (10ª ed), México: Pearson
- Stoner, J., Freeman, R., Gilbert, D., (1996), Administración (6ta.ed), México: Pearson
- Texto Ordenado D.G.I. y B.P.S.
- Tortosa Maroto, J., (2014) El arte de la Negociación. España: RC Libros
- WEIERS, R.M. 1986. Investigación de Mercados. México. Prentice Hall -

México.

		PROGRAMA			
		Código en SIPE	Descripción en SIPE		
TIPO DE CURSO		052	Bachillerato Profesional		
PLAN		2008	2008		
SECTOR DE ESTUDIO		713	Turismo		
ORIENTACIÓN		40E	Alojamiento y Agencias de viajes		
MODALIDAD			Presencial		
AÑO		3	Tercero		
TRAYECTO		---	---		
SEMESTRE		---	---		
MÓDULO		---	---		
ÁREA DE ASIGNATURA		568	Portugués		
ASIGNATURA		31299	Portugués turístico		
ESPACIO o COMPONENTE CURRICULAR		Profesional			
MODALIDAD DE APROBACIÓN		Exoneración			
DURACIÓN DEL CURSO		Horas totales: 64	Horas semanales: 2		Cantidad de semanas: 32
Fecha de Presentación: 06/03/17	Nº Resolución del CETP	Exp. Nº 615/17 c/2309/16	Res. Nº 666/17	Acta Nº 94	Fecha 29/03/17

FUNDAMENTACIÓN

La formación de los recursos humanos en un área tan importante como el de la Hotelería y el Turismo, requiere trayectos educativos y de formación que busquen y premien la calidad y que puedan capacitar personal en suficiente cantidad, ya que, la obtención de beneficios sociales de la producción de conocimiento no depende de la mera existencia de conocimientos básicos de la familia ocupacional del turismo, del sector hotelero y desarrollo de servicios;

requiere una correcta articulación de éstas áreas entre sí y con los sectores sociales que participan en la utilización, procesamiento y consumo de ese conocimiento.

Los estudiantes del Bachillerato en Alojamiento y Agencias de Viajes deberán utilizar el portugués en su ámbito normal de trabajo, en situaciones que con frecuencia están relacionadas con el turismo en general, en ámbitos de hoteles, viajes, restaurantes, agencias de viaje, agencias de alquiler de vehículos, aeropuertos, puestos públicos de información turística, etc. sin olvidarnos de las entrevistas de trabajo y posibles situaciones de emergencia. Cada vez más utilizará internet como medio de reserva o comprobación de la disponibilidad de los servicios. En el desempeño de sus funciones se relacionarán no sólo con viajeros y turistas sino con otros trabajadores de su ámbito, al otro lado del teléfono o del correo electrónico y por supuesto en conversación presencial con la presión de la inmediatez y del turno de palabra. Esta relación con personas será generalmente una relación profesional, enmarcada por el interés de tratar cortésmente al interlocutor, con un trato cortés e incluso simpático. Las condiciones de trabajo suelen ser de atención a un público desconocido, a menudo con personas que utilizan portugués como primer idioma, con quienes corresponde desarrollar un trato amable y de interés por su cultura e idiosincrasia.

Se enfoca la asignatura a la formación del educando pero también nos importa el ciudadano activo en la búsqueda del saber, capaz de poner sus conocimientos en función de la solución de problemas y de transformar su entorno en aras de un mayor desarrollo, a la altura de sus tiempos, interactiva y participativamente. El docente apunta a la práctica más profesional y el educando a utilizar la información en todos los campos, pero fundamentalmente en el área que

estudia, auto-evaluando y retroalimentándose, logrando un proceso balanceado que le permita una mejor perspectiva de ellos mismos, como lectores, escritores y pensadores.

ANTECEDENTES

El presente curso responde al mejoramiento de la oferta educativa del sector turismo y hotelero y el mejoramiento constante en la formación de los recursos humanos necesarios para dichas áreas por parte del Consejo Técnico Profesional tomando en cuenta los lineamientos estratégicos propuestos por el Plan quinquenal del CETP garantizando la continuidad educativa y el derecho a la educación de nuestros educandos.

Desde la implementación del MERCOSUR, la importancia que tiene el portugués en nuestro país ha tenido un avance como lengua extranjera en la Formación Profesional, ya sea en el medio laboral, económico, político y socio-cultural, favoreciendo el intercambio cultural de los pueblos y también a nivel personal.

En cuanto a la formación integral, el aprendizaje del idioma portugués y su profundización como lengua extranjera proporciona adquisición, desarrollándose un proceso de aprendizaje que exige su uso de modo flexible y eficaz para fines académicos, profesionales y sociales.

En tal sentido, en este Curso de Bachillerato Profesional de tercer año, se incluye la asignatura portugués de forma anual con dos horas semanales ya que el conocimiento de la lengua portuguesa constituye una herramienta fundamental y es imprescindible para ingresar al mundo laboral en el área del Turismo – Hotelería y también para comunicarse con los turistas luso hablantes, dada la situación socio-cultural geográfica de nuestro país, de intercambios permanentes con nuestro vecino de habla portuguesa.

El docente necesita conocer las competencias comunicativas y el dominio del idioma portugués que tienen los alumnos. Este conocimiento es un elemento básico para la selección de propósitos, contenidos y estrategias de enseñanza, ya que sólo es posible promover el desarrollo continuo de competencias, a partir de las habilidades y conocimientos con los que ya cuentan y que ponen de manifiesto en las diversas situaciones de interacción dentro del aula. Por lo anteriormente expuesto, es imprescindible la evaluación diagnóstica del grupo a partir de la cual el docente realizará la planificación pertinente para la presentación, revisión de contenidos y de consolidación y profundización de las competencias comunicativa y expresiva, desarrollando las estrategias necesarias en cada caso.

OBJETIVO GENERAL

Los alumnos deberán consolidar las competencias básicas para comprender en grandes líneas el idioma y aplicarlo en el ámbito en que va a desempeñar su actividad laboral en el futuro y en la vida cotidiana.

A través del curso irán adquiriendo las competencias laborales y lingüísticas en la lengua meta usando el lenguaje específico y la práctica oral fundamentalmente con vías a su aplicación en el campo laboral, proporcionándole gradualmente la oportunidad para el uso de la lengua, utilizando expresiones y estructuras que le serán útiles en ese contexto laboral y en su actividad futura.

A través del curso, el alumno se verá expuesto a materiales auténticos no sólo de fuentes bibliográficas sino por medio de la búsqueda en Internet referente a un tema de interés específico, lo cual le permitirá leer, comprender e interpretar la información recabada para luego aplicarla.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

El estudiante deberá ir adquiriendo y consolidando la macro competencia comunicativa que le permitirá utilizar adecuadamente la lengua extranjera para comunicarse en forma oral y escrita en diferentes situaciones de acuerdo al nivel de desempeño del cargo que vaya a ocupar en el mundo laboral, esto es: a través de la lectura de textos, folletos, correspondencia, la audición de textos y diálogos, la expresión en forma oral y la comunicación en forma escrita en la lengua extranjera.

Consecuentemente, la inclusión de Portugués en este Curso de Bachillerato Profesional se vuelve necesario para brindar las herramientas necesarias para una comunicación adecuada, tanto pasiva como activa, el alumno como receptor y emisor de conocimientos y de información turística. Es más que evidente que el desarrollo tecnológico trae un nuevo vocabulario técnico e implica una necesidad de que la apropiación de éste sea eficiente para poder obtener y brindar información relevante en el campo del turismo.

Los docentes deberán trabajar con el fin de:

- Desarrollar prácticas de aprendizaje logrando la acción mediante el saber hacer, con metodología que permita generar conocimientos, actitudes y procedimientos haciendo énfasis en la comunicación oral.
- Lograr que el aula se convierta en un escenario, que invite a actuar, en donde se desarrolle una multiplicidad de acciones simultáneamente, y en la que exista interrelación y finalidad común.
- Generar un espacio que permita al alumno controlar el propio proceso y estar dispuesto a “aprender a aprender”, elaborando su propio saber y ayudándole a encontrar los recursos necesarios para avanzar en una maduración personal de

acuerdo con su propio ritmo.

- Coordinar y generar un proceso formativo con las demás asignaturas, originando en el alumno bases de conocimientos que faciliten la adquisición de los diversos procedimientos en la actividad elegida.
- Lograr hábitos de ayuda y colaboración en el trabajo.
- Desarrollar en los alumnos la valoración de la calidad de los resultados del trabajo y responsabilizándose por ello.
- Lograr la adaptación a las distintas expectativas y situaciones personales y profesionales.
- Fomentar habilidades más allá del estándar mínimo de rendimiento.
- Utilizar los conocimientos y las experiencias previas, desarrollar progresivamente las estrategias de aprendizaje autónomo.
- Promover la formación de calidad.
- Alcanzar la capacidad para trabajar autónomamente.
- Comunicarse adecuadamente en idioma Portugués en las actividades propias de Alojamiento y Agencias de Viaje.

Se han elaborado los contenidos y objetivos específicos de este curso de Portugués priorizando la producción oral en la lengua extranjera. Se espera que al finalizar el mismo, los alumnos sean capaces de:

Producción oral:	Comunicarse, plantear y comprender preguntas y respuestas acordes a las diferentes situaciones en el ámbito turístico.
Producción escrita:	Completar formularios, escribir itinerarios de excursiones, información sobre el alojamiento. Redactar describiendo servicios ofrecidos y responder a posibles quejas de clientes.
Comprensión lectora:	Comprender textos de material técnico relacionado con los núcleos temáticos del curso.

Comprensión auditiva:	Comprender diálogos, conversaciones informales, instrucciones y sugerencias referentes al ámbito laboral.
-----------------------	---

CONTENIDOS PROGRAMÁTICOS

En este curso el alumno adquiere las competencias y estrategias no sólo para saber sino el saber hacer, por lo tanto tendrá una mayor participación en todo momento. En este sentido, el docente deberá tener en cuenta la importancia del desarrollo y estímulo de la competencia comunicativa sin descuidar las otras habilidades que comprender la enseñanza de una lengua extranjera.

Se promueve que consolide sus conocimientos del idioma y se prepare para insertarse en el mundo del trabajo y utilice adecuadamente las estrategias adquiridas en el desempeño de sus competencias, por ende los contenidos del presente programa propenden a la integración del vocabulario cotidiano y del técnico.

Los contenidos se presentan en forma de tabla, pero el abordaje no debe hacerse en forma lineal, se brinda libertad de acción al docente en la planificación de los distintos temas, debe tener en cuenta el diagnóstico inicial, el contexto, los conocimientos previos y las características de los alumnos en cada grupo.

Se han elaborado las siguientes Unidades Temáticas pensando en el vocabulario a utilizar en el ámbito laboral específico.

Unidade 1: As agências de viagens

Objetivo	Contenidos funcionales	Gramaticales	Lexicales	Indicadores de logro
Trabajar con el alumno el vocabulario y las formas gramaticales con referencia a viajes y a situaciones propias del ámbito del turismo.	Comunicar el preferencias y gustos personales la experiencia personal. Describir lugar de trabajo, rutinas laborales Cortesía	Revisión de Presente y Pasados Conectores. Palabras interrogativas Preposiciones. Contracciones Sustantivos. Adjetivos	Tipos de agencias de viajes y Operadores Turísticos Motivos de viajes: Placer, negocios, eventos, salud, etc. Destinos populares.	Que el estudiante pueda: - comprender y expresarse sobre experiencias y preferencias personales - reconocer y describir diversos tipos de agencias de viaje y motivaciones para viajar - referirse a distintos sectores y trabajos en el ámbito del turismo y la hospitalidad.



Consejo de Educación
Técnico Profesional
Universidad del Trabajo del Uruguay

Unidad 2: Os tipos de Alojamento

Objetivo	Contenidos funcionales	Gramaticales	Lexicales	Indicadores de logro
Trabajar con el alumno el vocabulario y las estructuras gramaticales con referencia a la descripción de los tipos de alojamientos y los servicios que se brindan en cada uno de ellos.	Pedir y dar información respecto a los servicios de los diferentes tipos de alojamiento Escuchar, comprender diálogos telefónicos, conversaciones respecto a situaciones propias del alojamiento.	Pretérito Perfecto Pretérito Imperfecto Adjetivos posesivos. Pronombres.	Restaurantes. Transportes. Tipos de hoteles, moteles, hostels, etc, bungalows, unidades de turismo rural	Que el alumno pueda: - reconocer y describir diversos tipos de alojamientos y los diferentes servicios disponibles en ellos. - comprender, realizar y responder preguntas con referencia a los mismos.

Unidad 3: As reservas – Entrada e saída

Objetivo	Contenidos funcionales	Gramaticales	Lexicales	Indicadores de logro
Trabajar con el alumno el vocabulario y las formas gramaticales con referencia a la consulta, reserva y confirmación de reservas, ingreso, estadía y partida de un establecimiento.	Recibir al turista, brindar información respecto a los servicios. Registro del pasajero Diálogos, e-mails	Modo Subjuntivo Adverbios Conjunciones	Expresiones de cortesía Vocabulario referente a check in/out. (Entrada e saída) Tarifas. Reservas: registrar anular, cancelar.	Que el alumno pueda: brindar información sobre los servicios y equipamientos de un alojamiento; - realizar reservas; - contestar consultas; - ofrecer promociones; - confirmar reservas, etc. - recibir y solucionar quejas - sugerir, recomendar Recibir y enviar mails con referencia a reservas.

EVALUACIÓN

Evaluación alternativa y/o auténtica

A lo largo de esta guía programática se desarrollarán evaluaciones formales e informales que pretenden mejorar las prácticas evaluativas y beneficiar a los alumnos en su desempeño.

Las pruebas convencionales han demostrado muchas veces ser insuficientes para evaluar lo que realmente importa: si los estudiantes pueden aplicar su conocimiento, habilidades y comprensión en los contextos importantes del mundo real.

Evaluación Informal

El propósito de esta propuesta de evaluación es recopilar evidencia acerca de cómo los estudiantes procesan y completan tareas reales en un tema particular.

La evaluación alternativa y/o auténtica permite:

- Integrar e interpretar el conocimiento y transferirlo a otros contextos.
- Documentar el crecimiento del individuo en cierto tiempo, en lugar de comparar a los estudiantes entre sí.
- Enfatizar las fortalezas de los estudiantes en lugar de las debilidades.
- Considerar la diversidad existente entre los alumnos: los estilos de aprendizaje, las capacidades lingüísticas, las experiencias culturales y educativas, y los niveles de aprendizaje.

Mediante esta propuesta de evaluación, el docente podrá adecuar su planificación y estrategias de trabajo a fin de:

- Verificar cómo los estudiantes resuelven problemas y no solamente atender al producto final de una tarea, ya que el razonamiento determina la habilidad para transferir aprendizajes.
- Propiciar el trabajo en equipo y no solamente la ejecución individual ya que la vida real requiere de esta habilidad.
- Estimular la búsqueda de más de una manera de hacer las cosas, ya que las situaciones de la vida real raramente tienen sólo una alternativa.
- Requerir que los estudiantes comprendan el todo y no sólo las partes.
- Promover la transferencia mediante el uso inteligente de las herramientas de aprendizaje.

Sugerencias de posibles materiales para evaluación auténtica y/o alternativa

En cuanto al material a utilizarse para los contextos pueden ser: diálogos, historias, material auténtico (artículos de diarios o revistas, manuales técnicos,

folletos de aparatos diversos, entre otros) e información de Internet.

Los diferentes ejercicios deberán evaluar: comprensión auditiva, comprensión lectora, conocimiento léxico (vocabulario), aspectos sintácticos y gramaticales y expresión escrita.

El orden de los ejercicios queda a criterio de los docentes, dependiendo del grado de dificultad de los mismos y de la tarea a llevar a cabo. Sin embargo, se sugiere comenzar por el ejercicio de comprensión auditiva en virtud de que los estudiantes pueden trabajar al mismo tiempo al inicio de la prueba.

Es imprescindible incluir una tarea de expresión libre por medio de la escritura la cual deberá estar contextualizada al tema de la propuesta.

Como apoyo a los docentes, se detallan a continuación las diferentes destrezas o competencias a evaluar con posibles actividades a incluir:

Comprensión auditiva

- Escuchar e indicar lo correcto e incorrecto (figuras, símbolos, oraciones, etc).
- Escuchar y ordenar (figuras, íconos, párrafos de textos, etc).
- Escuchar y unir (oraciones, textos con títulos, etc).
- Escuchar y completar (espacios, dibujos, diagramas, tablas, etc).
- Escuchar y numerar (figuras, diálogos, oraciones, textos, etc).
- Escuchar e identificar (sentimientos, estados de ánimo, etc).

Comprensión lectora

- Proporcionar los títulos para diferentes tipos de texto.
- Discernir si el título de un texto es adecuado.
- Elegir títulos o subtítulos apropiados para diferentes textos y párrafos.
- Discernir si la información es Verdadera, Falsa o No se Explicita Brindar la evidencia correspondiente.
- Seleccionar la opción correcta dentro de opciones múltiples.

- Brindar la evidencia para aseveraciones referente al texto.
- Insertar oraciones o párrafos faltantes en textos.
- Ordenar secciones del texto.
- Responder preguntas.
- Unir palabras y definiciones, partes de oraciones y preguntas con respuestas.

Vocabulario

- Organizar en un mapa semántico en categorías pre-definidas.
- Etiquetar términos en una ilustración.
- Organizar términos en categorías predeterminadas.
- Identificar el término que no corresponda.
- Encontrar sinónimos y antónimos.
- Encontrar referencias en el texto.
- Unir definiciones con los términos correctos.
- Encontrar expresiones o modismos equivalentes a los que se mencionan.

Lenguaje

- Completar los espacios en blanco en un texto.
- Presentar las palabras eliminadas del texto en desorden.
- Dejar a criterio del estudiante cuales palabras utilizar sin darle pistas.
- Completar con la forma correcta del verbo entre paréntesis.
- Elegir la palabra correcta de una serie de palabras presentadas.
- Completar oraciones: ordenar palabras en una oración, unir mitades de oraciones.
- Completar un diálogo.

Expresión escrita

- Se tendrá en cuenta la escritura como medio de comunicación y no la práctica mecánica de puntos gramaticales.

- Se especificará lo que se espera del estudiante teniéndose en cuenta lo enseñado en clase.

MATERIALES Y EQUIPAMIENTO

El material didáctico será proporcionado al alumno por medio de fotocopias, escaneo de libro, CDs y videos.

BIBLIOGRAFÍA

Para el alumno:

El docente deberá ser ecléctico en la selección del material a los efectos de cubrir las unidades temáticas propuestas.

- “Avenida Brasil” tomos 1 y 2.- Emma Eberlein O.F. Lima, Lutz Rohrmann, Tokiko Ishihara, Cristian Gonzalez Bergweiler, Samira Abirad Iunes. Editora EPU, 1992.
- “Fala Brasil –P. Coudry, Elizabeth Fontão, Campinas, SP. Editora Pontes, 1989
- “Falar...ler...escrever...português” – tomos 1 y 2. Emma Eberlein O.F. Lima. Samira Abirad Iunes. Editora EPU, 1981
- “Bem – vindo” - Ma. Harumi Outik de Ponce, Silvia R.B. Andrade Burim, Susanna Florissi. Editora SBS, 1999
- “Via Brasil” - Emma Eberlein O.F. Lima. Samira Abirad Iunes. Editora EPU, 1990
- “Tudo bem?” tomos 1 y 2 - Ma. Harumi Outik de Ponce, Silvia R.B. Andrade Burim, Susanna Florissi. Editora SBS, 2000, 2002
- “Panorama BRASIL. Ensino do Português do Mundo dos Negócios”- Ma. Harumi Outik de Ponce, Silvia R.B. Andrade Burim, Susanna Florissi. Editora Galpão, 2006
- “Negócio fechado” – Suzana Doblinski. Editora Campus, 1997

- “Correspondência Comercial e oficial” – Reinaldo Ferreira. Ed. Atica, 1996

El docente deberá seleccionar el material a utilizar teniendo en cuenta la importancia del uso de material auténtico.

Posible bibliografía de apoyo para el docente:

- “Gramática de usos do português”. -Ma Helena de Moura Neves Editora UNESP, 1999

- “Gramática do texto”. -Samira Yousseff Campedelli, Jesús Barbosa Souza. Editora Saraiva, 1999.

- Manual de Redação da Folha de São Paulo, 1992.

- Brasil Intercultural: língua e cultura brasileira para estrangeiros Editorial Casa do Brasil. Ciclo Avançado, niveles 5 y 6.

		PROGRAMA			
		Código en SIPE	Descripción en SIPE		
TIPO DE CURSO		052	Bachillerato Profesional		
PLAN		2008	2008		
SECTOR DE ESTUDIO		713	Turismo		
ORIENTACIÓN		40E	Alojamiento y Agencias de Viajes		
MODALIDAD			Presencial		
AÑO		3	Tercero		
TRAYECTO		---	---		
SEMESTRE		---	---		
MÓDULO		---	---		
ÁREA DE ASIGNATURA		580	Práctica profesional de Agencias de Viajes		
ASIGNATURA		31841	Taller Profesional de Agencias de Viajes		
ESPACIO o COMPONENTE CURRICULAR		Práctica profesional			
MODALIDAD DE APROBACIÓN		Exoneración			
DURACIÓN DEL CURSO		Horas totales: 128	Horas semanales: 4		Cantidad de semanas: 32
Fecha de Presentación: 06/03/17	Nº Resolución del CETP	Exp. Nº 615/17 c/2309/16	Res. Nº 666/17	Acta Nº 94	Fecha 29/03/17

FUNDAMENTACIÓN

El turismo ha demostrado ser una de las actividades económicas de mayor crecimiento en los últimos años, registrando un dinamismo superior, a escala global, que la mayor parte de los demás sectores ligados a la producción y servicios; en Uruguay se ha convertido en uno de los sectores de relevancia en la economía, por lo tanto es central para el desarrollo nacional.

El turismo como contenido de enseñanza contiene una potencialidad educativa para todos los niveles del sistema educativo, siendo una actividad económica que permite la inclusión social y el desarrollo local, un derecho de todos los ciudadanos y una revalorización de nuestra identidad nacional.

La asignatura “Taller Profesional de Agencias de Viajes” incluye el uso de tecnologías como la informática y en el empleo de metodologías propias de la planificación de productos con capacidad de responder a las necesidades de la demanda, por un lado, y a las exigencias de la competencia, por el otro, ya que nos vemos inmersos en un sector en constante crecimiento y debemos estar actualizados a estos cambios y nuevas metodologías de operación y venta, incluyendo en los objetivos brindar las herramientas y conocimientos que permiten manejar las técnicas que necesitamos para poder programar y cotizar circuitos atractivos, rentables y acordes a las necesidades de una demanda cada vez más diversa y exigente

OBJETIVO GENERAL

El temario desarrolla de una manera pormenorizada todos y cada uno de los elementos que resultan ser esenciales para el normal funcionamiento de una Agencia de Viajes y/o Tour-operador, desde su origen, pasando por sus requisitos de apertura, así como todos aquellos procedimientos y procesos de trabajo necesarios para sacar adelante esta tipología de negocio basado en la

intermediación, organización y venta de servicios turísticos.

Las clases seguirán el temario detallado con un alto componente práctico en todas y cada una de las unidades que lo conforman, de tal manera que, una vez finalizada la asignatura el alumno pueda desenvolverse en el sector conociendo en gran medida, y a grandes rasgos los elementos que conforman el día a día de las Agencias de Viajes ya sean minoristas, mayoristas y/o Tour-operadores.

Asimismo se integrarán clases prácticas y teóricas con documentos de apoyo sobre la actualidad sectorial, supuestos prácticos a resolver por los alumnos, y el aprendizaje de la elaboración de un producto turístico para su puesta a disposición ante el cliente, apostando decididamente por una formación que busque la excelencia en la Atención al Cliente de Agencias de Viajes.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer el origen y requisitos necesarios para la puesta en marcha de una Agencia de Viajes y/o un Tour-operador.
- Conceptualizar la gestión front / back office en el sector de la intermediación turística.
- Desarrollar análisis sobre los procesos de gestión y servicios que se prestan en las Agencias de Viajes.
- Aplicar técnicas de Ventas en busca de la Excelencia en la Atención al Cliente.

Iniciación a los GDS: Amadeus y Sabre.

CONTENIDOS PROGRAMÁTICOS

1.- LAS AGENCIAS DE VIAJES: CONCEPTO, FUNCIONES Y CARACTERIZACIÓN:

1.1.- CONCEPTO DE AGENCIA DE VIAJES.

1.2.- ORIGEN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y LOS TOUR-

OPERADORES.

1.3.- CLASIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES.

1.4.- TIPOLOGÍA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES.

1.5.- REQUISITOS LEGALES PARA LA CREACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES.

1.6.- OTROS CONCEPTOS DE INTERÉS.

1.7.- FUNCIONES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES.

1.8.- ESTRUCTURA ORGANIZATIVA.

1.9.- DECRETO 3/997 DE AGENCIAS DE VIAJES DEL URUGUAY.

1.10.- CÓDIGOS DE CIUDADES, AEROPUERTOS Y COMPAÑÍAS AÉREAS.

1.11.- TÉRMINOS Y/O LENGUAJE TURÍSTICO UTILIZADO POR LAS AGENCIAS DE VIAJES.

2.- PRODUCTO TURÍSTICO:

2.1.- ACTIVIDAD TURÍSTICA EMISORA: AGENCIAS EMISORAS.

2.2.- PAQUETE TURÍSTICO.

2.3.- TIPOLOGÍA DEL CONJUNTO DE PAQUETES TURÍSTICOS.

2.4.- CARACTERIZACIÓN DEL PAQUETE TURÍSTICO.

2.5.- CREACIÓN Y DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS.

2.6.- CONCEPTUALIZACIÓN DEL CATÁLOGO DE VIAJES: FOLLETOS TURÍSTICOS.

2.7.- ACTIVIDAD TURÍSTICA RECEPTIVA: AGENCIAS RECEPTIVAS.

2.8.- TIPOLOGÍA DEL RECEPTIVO.

3.- TOUR-OPERADORES:

3.1.- SURGIMIENTO DE LA FIGURA DEL TOUR-OPERADOR.

3.2.- PRINCIPALES FACTORES QUE EXPLICAN SU ÉXITO.

3.3.- LOS TOUR-OPERADORES EN URUGUAY Y LA REGIÓN.

3.4.- LA TENDENCIA HACIA LA INTEGRACIÓN EN EL SECTOR.

4.- RELACIONES DE INTERMEDIACIÓN CON PROVEEDORES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES:

4.1.- ALOJAMIENTOS.

4.2.- SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.

4.3.- SEGUROS DE ASISTENCIA AL VIAJERO.

4.4.- ALQUILER DE AUTOS.

5.- MEDIOS DE TRANSPORTE:

5.1.- LOS VIAJES AÉREOS (Aviones regulares y Charters).

5.2.- LOS VIAJES MARÍTIMOS (Cruceros, Ferrys, etc.).

5.3.- LOS VIAJES TERRESTRES (Tren, buses, auto, etc.).

6.- LA EXCELENCIA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LAS AGENCIAS DE VIAJES:

6.1.- TÉCNICAS DE VENTA.

6.2.- TIPOLOGÍA DE CLIENTE.

6.3.- CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE.

7.- FUENTES DE INFORMACIÓN:

7.1.- INTERNA.

7.2.- EXTERNA.

8.- DESARROLLO DE LAS TIC EN FAVOR DE LAS AGENCIAS DE VIAJES Y LOS TOUR-OPERADORES:

8.1.- GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEMS (GDS).

8.2.- CRS.

8.3.- INICIACIÓN TEÓRICA A AMADEUS Y SABRE.

8.4.- LAS RESERVAS ON LINE DE HOTELES, TRENES, CRUCEROS.

9.- DOCUMENTACIÓN:

9.1.- DOCUMENTOS E IMPRESOS INTERNOS.

9.2.- DOCUMENTOS E IMPRESOS EXTERNOS NECESARIOS EN UNA AGENCIA DE VIAJES.

10.- PRICING:

10.1.- PREPARACIÓN DE PRESUPUESTOS.

10.2.- AD SELLING (Anuncio de venta).

11.- TENDENCIAS DEL SECTOR DE LAS AGENCIAS DE VIAJES:

11.1.- INTRODUCCIÓN: LA ADECUACIÓN DE INTERNET A LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

11.2.- EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL SECTOR DE VIAJES.

11.3.- LA AGENCIA DE VIAJES VIRTUAL.

11.4.- EL BACK OFFICE O TRASTIENDA.

PROPUESTA METODOLÓGICA

Las clases serán teórico-prácticas, adoptando diferentes estrategias metodológicas según el tema lo requiera, entre ellas:

- Clase Magistral o exposición didáctica.
- Dinámica de grupos.
- Metodología mediática o interactiva con la proyección de videos y utilización de sistemas de información on-line en internet.
- Power Point sobre temas dados.
- Lectura y análisis de Manuales de Venta de diferentes operadores mayoristas.

CLASES PRÁCTICAS: Las mismas se realizarán utilizando los GDS's: Amadeus y Sabre, utilizando los convenios vigentes y a ser formalizados con el Consejo de Educación Técnico Profesional.

Se deberán realizar o acreditar ante el docente de Taller, al menos 40 horas de

práctica (pasantías remuneradas o no, experiencia laboral en el área). En el caso de que estos espacios no logren concretarse, el docente de taller deberá asegurar los mecanismos para evaluar los aprendizajes.

EVALUACIÓN

La evaluación incluirá la realización de tres (3) instancias formales de evaluación, distribuidas a lo largo del año lectivo. Asimismo, se tomarán en cuenta las actuaciones orales de los estudiantes y, si existe, la calificación otorgada por el/la referente de la pasantía o práctica laboral. Todo el proceso de evaluación se registrará por el REPAG, correspondiente a los Bachilleratos Profesionales.

BIBLIOGRAFÍA

- ROBERTO BOULLON (CALIDAD TURISTICA EN LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA, EDICIONES TURÍSTICAS, Barcelona, España, 1º Edición 2003.
- MIGUEL ÁNGEL ACERENZA – AGENCIAS DE VIAJES ORGANIZACION Y OPERACION, EDITORIAL TRILLAS, México, 5º Edición 2007.
- MARÍA DE LOS ÁNGELES GONZÁLEZ COBREROS - FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y GESTIÓN PRÁCTICA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES, EDITORIAL SÍNTESIS, Madrid, España, 1º Edición 2014.
- LEONARD LICKORISH Y CARSON JENKINS – UNA INTRODUCCIÓN AL TURISMO – EDITORIAL SÍNTESIS, Madrid, España, 1º Edición 2013.
- JUAN IGNACIO PULIDO FERNÁNDEZ – ESTRUCTURA ECONÓMICA DE LOS MERCADOS TURÍSTICOS – EDITORIAL SÍNTESIS, Madrid, España, 2º Edición 2015
- REGINA G. SCHLÜTER – TURISMO, UNA PERSPECTIVA

EMPRESARIAL – EDITORIAL CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS TURÍSTICOS, Buenos Aires, Argentina, 1º Edición 2003.

- MANUAL DE CAPACITACIÓN DE AMADEUS.

- MANUAL DE CAPACITACIÓN DE SABRE.

		PROGRAMA			
		Código en SIPE	Descripción en SIPE		
TIPO DE CURSO		052	Bachillerato Profesional		
PLAN		2008	2008		
SECTOR DE ESTUDIO			Turismo		
ORIENTACIÓN			Alojamiento y agencias de viajes		
MODALIDAD			Presencial		
AÑO		3	Tercero		
TRAYECTO			---		
SEMESTRE			---		
MÓDULO			---		
ÁREA DE ASIGNATURA		590	Práctica Profesional de Recepción y Conserjería		
ASIGNATURA		74000	Taller Profesional de Alojamiento		
ESPACIO o COMPONENTE CURRICULAR		Profesional			
MODALIDAD DE APROBACIÓN		Exoneración			
DURACIÓN DEL CURSO		Horas totales: 128	Horas semanales: 4		Cantidad de semanas: 32
Fecha de Presentación: 06/03/17	Nº Resolución del CETP	Exp. Nº 615/17 c/2309/16	Res. Nº 666/17	Acta Nº 94	Fecha 29/03/17

FUNDAMENTACIÓN

En estos tiempos cambiantes de hoy, las organizaciones dedicadas a la comercialización del alojamiento no pueden especular, sin que las premisas del servicio de calidad en atención al huésped sean su principal cometido, que sean percibidas por el huésped de manera favorable y al mismo tiempo lograr la

satisfacción y fidelización de los clientes hacia la empresa. En la actividad hotelera los empleados son quienes se encargan de acercar el servicio al cliente, convirtiéndose de esta manera en parte de lo ofrecido, en este sentido, el personal de contacto resulta ser la cara visible y constante de la empresa frente a los huéspedes, si estos no colaboran y no orientan sus esfuerzos hacia el logro de la satisfacción, la cara visible y la imagen del hotel se deteriora o se rompe.

La asignatura “Taller Profesional de Alojamiento”, conjuntamente con la asignatura “Taller Profesional en Agencias de Viajes”, ambas integrantes del Componente Práctica Profesional del BP en Alojamiento y Agencias de Viajes, tienen como objetivo, a través de los temas incluidos en el contenido programático, aportar los conocimientos teórico-prácticos necesarios para la formación de profesionales en las respectivas áreas, basadas en el desarrollo sostenido del turismo en el Uruguay, el aumento constante de la demanda por los diferentes destinos turísticos y la necesidad de contar con personal con formación específica de calidad.

OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de la asignatura se fundamenta en que el estudiante incorpore los conocimientos teórico-prácticos, incluyendo la metodología de trabajo, que le permita desempeñarse con eficiencia en cualquier tipo de establecimiento de alojamiento (independiente de su tamaño, categoría, ubicación o tipo de clientes).

OBJETIVO ESPECÍFICO

El objetivo específico de la asignatura, comprendido en el perfil de egreso, propende a que el alumno, una vez culminado el aprendizaje, sea capaz de desarrollar de manera eficiente las funciones operativas y de nivel medio en el área Alojamiento, en establecimientos de hospedaje: Recepción, Reservas,

Conserjería, Telefonía, Auditoría, Housekeeping (limpieza y acondicionamiento de habitaciones y áreas públicas, incluyendo lavandería y lencería), aplicando procedimientos de calidad total, buscando la fidelización del cliente (huésped).

El objetivo incluye la utilización de programas computacionales y software específicos como instrumentos de la gestión hotelera, asimismo el conocimiento de las normativas legales, trámites y documentación con el sector alojamiento y la comunicación efectiva con superiores, clientes y compañeros de trabajo, de manera individual y colectiva, creando ambientes cordiales y demostrando respeto por la diversidad, trabajando y tratando con dignidad y sin hacer distinciones entre personas de distintos orígenes, nivel socio económico, etnias, culturas, credos o género.

CONTENIDOS PROGRAMÁTICOS

UNIDAD 1: CONCEPTOS BÁSICOS

- Clasificación de Hoteles.
- Horarios Internacionales que rigen la hotelería.
- Planes de Alojamiento.
- Tipos de Habitaciones.
- Contrato de Hospedaje.

UNIDAD 2: CICLO DEL HUÉSPED

- Reservaciones:
- Tipos de Reservaciones.
- Fuentes de Reservaciones:
- Centrales de Reservas,
- Agencias de Viajes,
- GDS,
- OTA'S,

- Redes Sociales.
- Sistemas de Trabajo.
- Sistemas de Registro.
- Técnicas de Ventas.
- Overbooking.
- Situaciones Especiales.
- Check-in:
- Etapas Operativas.
- Garantía de Estadía.
- Etapas del Check-in administrativo.
- La Estadía del Huésped:
- Telefonía.
- Funciones de Conserjería.
- Situaciones Especiales.
- Check-out:
- Etapas operativas y administrativas.

UNIDAD 3: LIMPIEZA Y ACONDICIONAMIENTO DE HABITACIONES Y ÁREAS PÚBLICAS

- Turnos de trabajo.
- Estados de Situación de habitaciones.
- Elaboración de reportes.
- Productos de limpieza, ropa blanca, amenities y otros.
- Etapas en el proceso de limpieza de habitaciones: de dormitorio y baño, técnicas aplicadas en el tendido de camas.
- Elaboración de órdenes de reparación y mantenimiento.
- Reposición y facturación de consumos de frigobar.



Consejo de Educación
Técnico Profesional
Universidad del Trabajo del Uruguay

- Revisión de habitaciones durante el proceso de check-out.
- Elaboración de reportes de objetos olvidados por el huésped.
- Cambios de habitación.
- Elaboración de reportes e informes.

UNIDAD 4: TARIFAS Y PLAN TARIFARIO

- Tarifas de Habitaciones.
- Fijación de Tarifas.
- Fórmula de Hubbart.
- Categoría de Tarifas y Plan Tarifario.
- Políticas de Espera y Cancelación.
- Planes y Paquetes promocionales.

UNIDAD 5: REVENUE MANAGEMENT APLICADO

- Tarifas diferenciales.
- Herramientas: CTA, MLOS, ST.
- Market Share.
- Market Penetration.
- Benchmarking.

UNIDAD 6: ESTADÍSTICAS: ELABORACIÓN E INTERPRETACIÓN

- Cálculo e interpretación de los índices operativos de gestión:
- Porcentaje de Ocupación.
- ADR.
- REVPAR.
- Múltiple Ocupación.
- Promedio de Estadía.
- Elaboración de Estadísticas.

UNIDAD 7: FUNCIONES ADMINISTRATIVO – CONTABLES

- Legislación aplicada y vigente en nuestro país.

- Posting.
- Cierre diario de cuentas.
- Mano Corriente.
- Control de crédito.
- Control de tarifas.
- USAH (Sistema uniforme de cuentas para hoteles).

PROPUESTA METODOLÓGICA

La propuesta metodológica de esta asignatura promueve el desarrollo de actividades tanto teóricas como prácticas. Con respecto a las actividades teóricas se sugiere incorporar presentaciones de carácter expositivo, sintéticas y que en relación al primer aprendizaje esperado, den cuenta de los principales cambios que ha tenido el mundo laboral actual, asociando los nuevos requerimientos y las nociones básicas del enfoque de competencias: Saber, saber hacer y saber ser., Se deberán realizar o acreditar ante el docente de Taller, al menos 40 horas de práctica (pasantías remuneradas o no, experiencia laboral en el área). En el caso de que estos espacios no logren concretarse, el docente de taller deberá asegurar los mecanismos para evaluar los aprendizajes.

Es fundamental que a partir de las actividades teórico-prácticas y la aplicación de los contenidos programáticos, los alumnos puedan compartir sus miradas personales y sus reacciones frente a los desafíos del mundo del trabajo, la división sexual del trabajo, el concepto de género, las nociones de trabajo decente y su capacidad de trabajo en equipo. Se recomienda ofrecer una síntesis de los aspectos destacados asociados a la noción de “Trabajo decente”.

EVALUACIÓN

La evaluación incluirá la realización de tres (3) instancias formales de evaluación, distribuidas a lo largo del año lectivo. Asimismo, se tomarán en

cuenta las actuaciones orales de los estudiantes y, si existe, la calificación otorgada por el/la referente de la pasantía o práctica laboral.

Todo el proceso de evaluación se registrará por el REPAG, correspondiente a los Bachilleratos Profesionales.

BIBLIOGRAFÍA

- ACERENZA, Miguel Ángel: Marketing Hotelero, 1º Edición, Editorial Trillas, México, 2010.
- DI MURO PÉREZ, Luis: Manual Práctico de Recepción Hotelera, 2º edición, Editorial Trillas, México, 2012.
- LÓPEZ COLLADO, Asunción: La Gobernanta, 10º Edición, Editorial Paraninfo – Thomson, Madrid, España, 2005
- LUCKIE GARCÍA, Miguel: Contabilidad Hotelera, 2º edición, Editorial Trillas, México, 2011.
- MESTRES Soler, Juan R.: Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera, Editorial Gestión 2000, Madrid, España, 1999.

		PROGRAMA			
		Código en SIPE	Descripción en SIPE		
TIPO DE CURSO		047	Educación Media Superior		
PLAN		2004	2004		
SECTOR DE ESTUDIO		713	Turismo		
ORIENTACIÓN		318	Espacio curricular optativo profundización		
MODALIDAD			Presencial		
AÑO		3	Tercero		
TRAYECTO		---	---		
SEMESTRE		---	---		
MÓDULO		---	---		
ÁREA DE ASIGNATURA		964	Teoría del Turismo		
ASIGNATURA		75771	Teoría del Turismo		
ESPACIO o COMPONENTE CURRICULAR		Optativo			
MODALIDAD DE APROBACIÓN		Exoneración			
DURACIÓN DEL CURSO		Horas totales: 64	Horas semanales: 2		Cantidad de semanas: 32
Fecha de Presentación: 06/03/17	Nº Resolución del CETP	Exp. Nº 615/17 c/2309/16	Res. Nº 666/17	Acta Nº 94	Fecha 29/03/17

FUNDAMENTACIÓN

El turismo es un fenómeno social, hijo de otro fenómeno social, el tiempo libre institucionalizado, ocupa una parte del espacio recreativo y fue incluido como derecho humano en el artículo 24 de la Declaración Universal de Derechos.-

Como elemento constitutivo de la cultura humana es una actividad esencialmente interdisciplinaria. Desde el punto de vista económico-social, es el resultado exitoso de la planificación de una comunidad que decide producir para residentes y para turistas.

Esta Oferta turística territorial es consecuencia del funcionamiento de un

sistema y supone una decisión estratégica enfocada hacia el desarrollo productivo en el largo plazo, en la sustentabilidad. Así se evidencia el efecto multiplicador del turismo y la posibilidad de activar procesos de crecimiento local con la consiguiente redistribución de la riqueza hacia los países oferentes y sus comunidades.

El crecimiento del turismo no ha estado libre de conflictos: como el de ciertos flujos turísticos y la calidad medioambiental. Esto conduce a la toma de conciencia sobre los recursos renovables y agotables y a la necesidad de crear instrumentos para cuidar los bienes públicos, el ambiente para las generaciones presentes y futuras.

La actividad turística implica una mirada antropológica: una forma de cultura que involucra a los organizadores de la oferta, a los anfitriones y a los visitantes: los tipos de viajeros y sus motivaciones: los cambios de la comunidad receptiva y las posibles repercusiones en su identidad.

La actividad turística atraviesa importantes transformaciones. El aumento de la información sobre destinos turísticos facilitado por las Técnicas de la Información y Comunicación, las campañas publicitarias y la mayor experiencia de los viajeros provocan cambios culturales importantes. Hay exigencia de atención personalizada, diversificación motivacional que se manifiesta en un mayor interés en “entrar en contacto” con las culturas locales, en visitar áreas naturales protegidas, e incluso, participar de actividades vinculadas al turismo ético.

OBJETIVOS

La asignatura se propone promover en los estudiantes la comprensión y respeto por la diversidad de formas de organización de la sociedad como expresiones culturales múltiples, así como comprender las diversas formas en que las



sociedades históricas vincularon el mundo del trabajo y el tiempo libre.

Brindar herramientas que les permitan conceptualizar el fenómeno turístico, reconocer los diferentes enfoques y por tanto la necesidad de aceptar la relatividad e internalizar el funcionamiento integral y holístico del sistema turístico articulando sus diversos componentes en situaciones nuevas, explicando el modo de operar.

A través del estudio de las motivaciones del viaje comprender la diversidad de la naturaleza individual y social del ser humano.

Se espera que los estudiantes puedan procesar la información recibida y analizar críticamente los impactos del turismo en diversos ámbitos.

Posibilitar el desarrollo de una actividad de interpretación de recursos naturales y culturales de manera de conocer, apreciar y comprender el patrimonio, afirmando la propia identidad cultural al tiempo de demostrar respeto y tolerancia por las pautas culturales de “otros”.

Recopilar y procesar información para la realización de diagnósticos económico- socio-culturales sobre el uso del tiempo libre y transferir conocimientos teóricos a una realidad específica.

Saber articular los conocimientos provenientes del área cultural, espacial, científico-tecnológica, y comunicacional de manera de promover el trabajo interdisciplinario y en equipo.

Apreciar las características económicas de la actividad turística. Condiciones para el desarrollo. Generación de ingresos y fuentes de trabajo. Análisis del impacto en el Uruguay.

Entender las formas de organización y funcionamiento de la superestructura turística. Organismo Nacional de turismo. La municipalización del turismo. Las realidades regionales.

Entender las formas de organización y funcionamiento de los organismos internacionales. OMT.

Analizar críticamente las políticas turísticas en el MERCOSUR.

Conocer la documentación y trámites vinculados con el movimiento de viajeros.

Gestionar servicios de información turística.

Considerar en forma responsable los aspectos éticos y las consecuencias de las decisiones tomadas en la realidad sobre la que se actúa.

Incorporar la “curiosidad” y el espíritu creativo en el análisis de situaciones nuevas.

Adquirir la capacidad de adaptarse a los cambios.

CONTENIDOS:

Ejes vertebradores del programa

Los contenidos de este programa están organizados partiendo de una visión general del turismo como una actividad moderna, donde el disfrute del tiempo libre es parte del capítulo de las conquistas sociales de la humanidad, para, en pasos sucesivos, analizar el funcionamiento del sistema turístico e ir conociendo cada uno de sus sub- sistemas: el impulsado por el turista, elemento dinamizador del sistema y conocido genéricamente como demanda; y el constituido por la prestación de una canasta de bienes y servicios que un territorio produce para satisfacer las necesidades de los turistas, denominado oferta. Posteriormente, se introduce el conocimiento de la Superestructura Turística tanto a nivel municipal, nacional e internacional, a nivel público y privado.

Finalmente, y como síntesis del curso se planificará una actividad turística donde realizar la trasposición del conocimiento adquirido en la asignatura y en

las asignaturas del área específica necesarias en una actividad netamente multidisciplinaria.

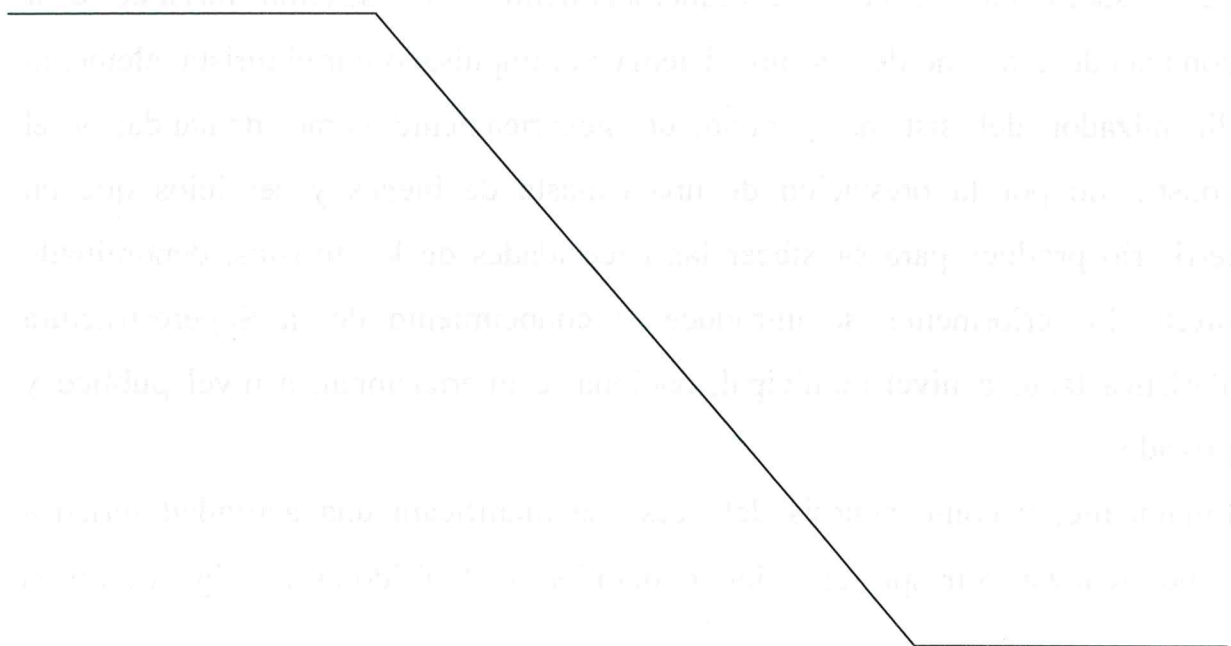
El tratamiento de estos temas contribuye a desarrollar las siguientes Competencias transversales:

- 1.- el reconocimiento del valor de la cultura propia y el respeto por la diversidad cultural.
- 2.- El desarrollo del espíritu crítico y la autonomía.
- 3.- Despertar la curiosidad y conocer las herramientas para desarrollar la investigación.
- 4.- Desarrollar la autoestima y el placer de vivir.

Programa

Unidad I: Introducción al Turismo

Propósito clave (objetivo): Utilizar la observación, los conocimientos adquiridos y la experiencia previa para analizar, argumentar y comparar las actividades del tiempo libre y el turismo.



Competencias

(a las que aporta)

Asociar las diversas formas de organización económica, social y política de las sociedades históricas respecto a la relación tiempo de trabajo/ tiempo libre.

Recopilar y procesar información para la realización de diagnósticos de uso del tiempo libre en una realidad específica.

Adquirir conocimientos que le permitan interpretar, diferenciar, movilidad inherente al ser humano de la actividad turística.

Reflexionar sobre las migraciones, flujos turísticos y viaje virtual.

Detectar los diferentes enfoques del fenómeno turístico y aceptar la relatividad.

Contenidos

La problemática del Tiempo Libre. El ser humano ha conquistado su tiempo libre.

Evolución. Actualidad. Futuro.

Estructura de la vida cotidiana: tiempos biológico, de trabajo, de actividades sociales y libre.

Las funciones del ocio: espacio de la recreación y del turismo.

Turismo: definiciones conceptuales y operativas.

Las clasificaciones del Turismo.

Turismo: ¿Servicio o Industria?

Desarrollo histórico del Turismo.

Actividades

A partir de textos, videos, aportes de Historia de la Cultura, comparar y debatir.

Lectura de la bibliografía indicada.

Elaborar formulario para aplicar entre familiares, vecinos, sobre las horas de trabajo, las de las otras actividades y el ocio.

Averiguar qué espacios de recreación existen en la localidad del Centro de Estudios.

Relacionar la información de los Mass Medios con los temas de la unidad.

Exposición y debate sobre los factores a considerar en la interpretación del turismo.

Unidad II: El Sistema Turístico

Propósito Clave (objetivo): Identificar el Turismo como sistema abierto estrechamente relacionado con la totalidad de las manifestaciones de la sociedad: reconocer sus componentes y su modo de operar, a través del planteo de una situación – problema.

Competencias (a las que aporta)	Contenidos	Actividades
Comprender e interpretar el funcionamiento de un Sistema y ser capaz de transferirlo al fenómeno turístico.	Concepto de Sistema. El Turismo como sistema abierto. Componentes: Demanda. Oferta. Comercialización de bienes y servicios.	Bibliografía Indicada. Lecturas. Videos. Informaciones de los medios. Análisis de las temporadas turísticas.
Identificar los insumos materiales y cognitivos para realizar el relevamiento referido.	El Producto Turístico. La Planta Turística. Atractivos Turísticos.	Incorporar las vivencias de los alumnos como excursionistas y/o turistas.
Comunicar y solicitar a las distintas áreas su aporte.	La Superestructura.	Role Playing
Coordinar conocimientos multidisciplinarios y actividades intergrupales.		Realizar fichas para el relevamiento de los componentes del Sistema Turístico en subgrupos en la localidad donde está ubicado el Centro educativo. Estudio de casos.

Unidad III: El Turista. Estudio de la Demanda

Propósito Clave (objetivo): Reconocer al Turista como elemento dinamizador del Sistema: conocer los factores determinantes en la decisión de viajar y los criterios de comportamiento que adopta para la realización del mismo. Valorar sus posibles impactos.

Competencias (a las que aporta)	Contenidos	Actividades
Asociar la complejidad de factores que inciden en la actividad turística con la diversidad de la naturaleza individual y social.	Concepto y Tipologías de la Demanda Turística.	Lectura de la bibliografía indicada.
Relacionar e integrar los conocimientos de las Ciencias Sociales y de la Psicología Social, de manera de tener una visión integral de la problemática de la Demanda.	Factores determinantes en la decisión de viajar: Renta y tiempo libre. Segmentación: Económica Motivacional: psicográfica. Condiciones socio-culturales. Estilos de vida. Eatóreas, entre otras. Características de la demanda: estacionalidad, variabilidad, modas.	Informaciones extraídas de los medios de comunicación. Videos. Debates- Incorporar las vivencias del alumno en tanto sus experiencias como turista. Role- playing Trabajar en equipo para relacionar destinos turísticos adecuados a cada segmento de la demanda estudiado. Justificar la elección.
		Aplicar las tipologías y las características de la demanda al ámbito local.

Unidad IV: La Oferta Turística como producto de la Comunidad Receptora.

Propósito Clave (objetivo): Analizar la actividad turística como el resultado de la planificación de una comunidad que decide producir un área dedicada al turismo. Comprender y registrar la complejidad de la canasta de bienes y servicios heterogéneos ofrecidos por el centro receptor a los turistas durante la experiencia de su vacación.

Competencias (a las que aporta)	Contenidos	Actividades
Evidenciar el carácter holístico e integrador del producto turístico ya que debe ofrecer de manera conjunta bienes que se comercializan en mercados diferenciales, al sólo efecto de garantizar el disfrute de la estadia turística.	Definición de Centro Receptor.	Lectura de la Bibliografía indicada.
Posibilitar una actividad de interpretación de Atractivos naturales y Culturales de manera de apreciar el patrimonio afirmando la propia identidad cultural al tiempo de tolerar las pautas culturales de los “otros”.	Componentes. Atractivos Turísticos: identificar el valor de los Bienes Públicos. Patrimonio Natural y Cultural. Sus relaciones con el Turismo. El rol de las comunidades locales. Planta Turística. Infraestructura: los servicios públicos. La Superestructura: su importancia en el sistema turístico.	Lecturas y trabajos grupales sobre la identificación de la localidad del Centro Educativo. Visita a Museos y otros atractivos locales. Actividad coordinada con Ciencias de la Naturaleza, Geografía Turística. Visita a hoteles de distintas categorías. Visita a Agencias de Viajes Mayoristas y minoristas. Debatir sobre un centro turístico internacional que se haya visto en Historia de la Cultura.

Unidad V: La Superestructura Turística

Propósito Clave (objetivo): Utilizar los conocimientos adquiridos por el alumno en el análisis del Sistema Turístico para comprender el rol de la Superestructura en el Sector a nivel local, nacional, regional (MERCOSUR) e Internacional.

Competencias

(a las que aporta)

Internalizar el funcionamiento integral y holístico del Sistema Turístico, articulando sus diversos componentes en situaciones nuevas, explicando el modo de operar.

Entender las formas de organización y funcionamiento de la Superestructura Turística: órgano Nacional de Turismo, la municipalización y las realidades regionales.

Entender la relevancia de los organismos internacionales: OMT

Analizar críticamente y comparar las políticas de la región.

Conocer los mercados de promoción institucional (conjunción público-privado), el marco jurídico de la actividad y los trámites vinculados al movimiento de viajeros.

Contenidos

¿Es necesario la intervención del Sector Público en el Turismo?

Factores que hacen necesaria la intervención del Sector Público:

- * Garantía del bienestar de la sociedad.
 - * Existencia de Bienes Públicos.
 - * Regular y garantizar la actividad turística.
 - * Elaborar estrategias de comercialización y marketing
 - * La formación de recursos humanos.
 - * Fortalecimiento de la Conciencia turística.
 - * La Ética como valor individual y social.
- Organizaciones públicas y privadas.

Organización Institucional en diferentes ámbitos: municipal, nacional, intergubernamental: OMT y no gubernamentales especializadas en Turismo (IATA, etc.).

Actividades

Propiciar la búsqueda de información a través de la realización de entrevistas a autoridades respectivas, públicas y privadas, ONG, etc.

Investigar organismos y fuentes que generan las estadísticas de turistas y sus gastos.

Visitas a organismos públicos y privados.

Navegar en internet y realizar estudios comparativos con las páginas web de los diferentes organismos de los países MERCOSUR.

A través de internet comparar fortalezas y debilidades del país y de los países de la región.

Usar internet para conocer sitios de turismo, ferias, eventos.

Unidad VI: Taller Integrador. Elaboración de propuesta de producto turístico coordinado con el resto de las asignaturas.

Propósito clave (objetivo): A partir del planteo de una meta, elaborar las preguntas de cómo organizar la búsqueda de información, los pasos a seguir, en fin reconfigurar de manera interdisciplinaria, lo aprendido.

Competencias
(a las que aporta)

Demostrar haber adquirido la capacidad de relacionar y articular los diversos saberes en la elaboración de productos turísticos.

Incorporar el trabajo en Equipo e interdisciplinario.

Considerar en forma responsable los aspectos éticos y las consecuencias de las decisiones tomadas en la realidad sobre la que se actúa.

Desarrollar la capacidad crítica: ubicarse en el lugar del usuario.

Contenidos

Elaborar un producto turístico sencillo para un determinado público objetivo integrando los conocimientos adquiridos.

Actividades

Utilización de la Bibliografía indicada

Propiciar la búsqueda de la información en los alumnos.

Navegar en internet

Ir a Mintur, Direcciones de Turismo.

Corporaciones turísticas, etc.

SUGERENCIAS METODOLÓGICAS

Tener en cuenta los conocimientos, capacidades, y experiencia de los estudiantes para trabajar las competencias propuestas en el curso.

Clases interactivas a partir de la lectura de la bibliografía indicada, trabajo en pequeños sub - grupos y síntesis finales.

Salidas didácticas.

Elaboración de pequeños proyectos interdisciplinarios.

Aportar a los estudiantes y recibir de ellos videos, revistas, informaciones de los medios, etc que se utilizarán como recurso didáctico.

Vincular los temas con la realidad en la que está inserta el centro educativo.

Para una visión integral del Curso se sugiere la siguiente distribución horaria:

Unidad 1 Introducción al Turismo

Unidad 2 Sistema Turístico

Unidad 3 El Turista. Estudio de la Demanda

Unidad 4 La Oferta Turística como producto
de la comunidad receptora

Unidad 5 Superestructura Turística

Unidad 6 El Taller Integrador

Las distintas unidades en que se ha estructurado este programa están organizadas sobre la base de poner a los estudiantes “en situación”, a partir de los conceptos básicos del sistema turístico y de la ejecución de actividades consideradas esenciales en la incorporación de las competencias específicas y transversales en las que colabora esta asignatura.

EVALUACIÓN

La evaluación deberá ser coherente con esta práctica: estará integrada al funcionamiento de las situaciones problemas e incorporará al propio alumno a la reflexión sobre su actuación, sus dificultades y la visión de sus propios compañeros de clase.

La evaluación formativa, integrada al proceso de enseñanza- aprendizaje debe iniciarse con un diagnóstico inicial, el que informará sobre los conocimientos previos de los alumnos y las estrategias y recursos didácticos a utilizar.

Posteriormente, es aconsejable la evaluación del proceso y tener en cuenta la metodología utilizada.

La evaluación es un instrumento de reflexión sobre el proceso educativo y permite realizar modificaciones pedagógicas.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA PARA DOCENTES

Acerenza, Miguel – Administración del Turismo Tomo 1.- Ed. Trillas México

Boullón, Roberto: Las formas del turismo y la recreación: Ed. Trillas México

Boullón, R.- Planificación del Espacio turístico. Ed. Trillas México

Boullón, R.- Molina, S – Hacia un nuevo tiempo libre. Ed. Trillas- México

Boullón, Roberto: Ecoturismo y Sistemas Naturales y urbanos.

Hiernaux, Daniel - Elementos para un análisis socio geográfico del turismo.

Congreso Internacional de Geografía de Geografía y planeamiento del turismo.
San Pablo 1995.

González Llaca, E. – Alternativas del Ocio. Ed. Trillas México

Prats, Llorena- Antropología y patrimonio. Ed. Ariel. Barcelona 1997

OMT, Sancho, Amparo – Introducción al Turismo- OMT Madrid- España

Ramírez Blanco, Manuel - Teoría General del Turismo.- Ed. Diana- México

Fernández Fuster, Luis : Introducción a la Teoría y Técnica del Turismo.-
Alianza.

Montaner, Jordi – Estructura del Mercado turístico. Ed. Síntesis. Barcelona.

Bull, Adrián – La economía del sector turístico. Ed. Alianza – España.

BIBLIOGRAFÍA PARA ESTUDIANTES

OMT, Sancho, Amparo – Introducción al Turismo- OMT Madrid- España

Montaner, Jordi – Estructura del Mercado turístico. Ed. Síntesis. Barcelona.

Acerenza, Miguel – Administración del Turismo Tomo 1.- Ed. Trillas México

Bull, Adrián – La economía del sector turístico. Ed. Alianza – España



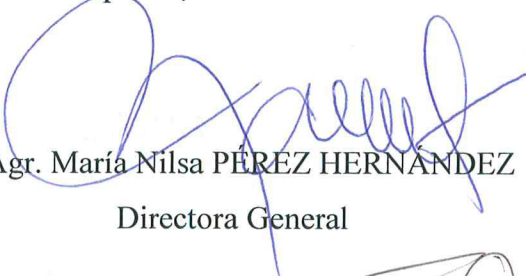
Consejo de Educación
Técnico Profesional
Universidad del Trabajo del Uruguay

Boullón, Roberto: Las formas del turismo y la recreación: Ed. Trillas México

Boullón, R.- Planificación del Espacio turístico. Ed. Trillas México

Boullón, R.- Molina, S – Hacia un nuevo tiempo libre. Ed. Trillas- México

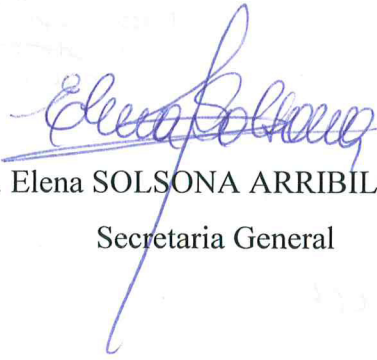
2) Pase al Departamento de Administración Documental para elevar al Consejo Directivo Central a efectos de homologar la aprobación del Plan de Estudios detallado en estos obrados. Cumplido, vuelva.



Ing. Agr. María Nilsa PÉREZ HERNÁNDEZ
Directora General



Mtro. Téc. Freddy AMARO BATALLA
Consejero



Esc. Elena SOLSONA ARRIBILLAGA
Secretaria General

NC/as