

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA**

**Facultad de Ciencias Económicas**

**Departamento de Turismo**

**LICENCIATURA EN TURISMO**

**PLAN III**

Programa:

**SERVICIOS TURÍSTICOS**

CÓDIGO: 105

**Expediente: 900-6647/26**

**Resolución: No 216 / 2026**

**PLAN DE ESTUDIOS**

El Plan de Estudio III fue aprobado por Resolución Decanal: 821/2025, Exp. 900-5582/25, Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Económicas.

## **Servicios Turísticos**

### **PROGRAMA 2026**

Profesora Titular: Dra. Virginia Sahores Avalis

#### **1. DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA**

**Carga horaria total:** 96 horas

**Carga horaria semanal:** 6 horas

**Distribución Teoría y Práctica:** Teoría 48 horas; Práctica 48 horas.

**Ciclo del Plan de Estudios:** Ciclo Básico

**Régimen de cursada:** Semestral

**Carácter:** Obligatorio

**Modalidad:** Teórica-Práctica.

**Asignaturas correlativas necesarias:** De acuerdo al Plan de Estudio III, para cursar el segundo semestre de primer año el/la estudiante deberá tener acreditada la asignatura Introducción a los estudios universitarios en turismo y las cursadas de las asignaturas correspondientes al Ciclo Propedéutico. Asimismo, las correlatividades disciplinares de la asignatura en cuestión son: Introducción a los estudios universitarios en turismo (cód. 100), Introducción al turismo (cód. 101) y Gestión de las organizaciones turísticas (Cód. 102).

#### **2. FUNDAMENTACIÓN**

La asignatura Servicios Turísticos constituye un espacio central en la formación inicial de los futuros Licenciados/as en Turismo, ya que introduce el estudio de la prestación de servicios en el marco del sistema turístico. Su propósito es permitir que los/las estudiantes comprendan la especificidad de los servicios turísticos, su estructura operativa y los actores que intervienen en la construcción de experiencias significativas en el ámbito público y privado.

Dado que los estudiantes ya han transitado asignaturas introductorias del campo turístico y de gestión, esta materia se convierte en un espacio que reorganiza, profundiza y contextualiza sus saberes previos, para comprender la estructura de los distintos subsectores turísticos y las lógicas de prestación de servicios.

A su vez, la materia responde a las demandas contemporáneas del sector: la creciente complejidad del sistema turístico, el protagonismo de la hospitalidad, el rol estratégico de la experiencia del visitante, y la necesidad de incorporar enfoques de calidad, sostenibilidad, innovación, accesibilidad y gestión centrada en la demanda.

Desde esta perspectiva, la asignatura propone una formación integral que conecta teoría, práctica y territorio, generando instancias de análisis crítico, aplicación profesional y vinculación con organizaciones reales, en articulación con la investigación, la extensión y los recursos institucionales disponibles.

### **3. OBJETIVOS**

#### **OBJETIVOS DE FORMACIÓN SEGÚN PLAN DE ESTUDIOS**

Brindar herramientas conceptuales para comprender las características distintivas de los servicios turísticos y su rol dentro del sistema turístico, tanto en el ámbito público como privado. Se pretende que los/las estudiantes exploren los principales subsectores que conforman la oferta turística, reconociendo su organización operativa, los actores que los integran y su interrelación en la construcción de experiencias. Además, que logren identificar el perfil de la demanda y analizar su vínculo con la hospitalidad y experiencia del visitante, al mismo tiempo que construyen una mirada reflexiva sobre la calidad, la sostenibilidad y la innovación en los servicios turísticos considerando los desafíos del sector.

#### **OBJETIVOS PARTICULARES**

Al finalizar la cursada, los/las estudiantes deberán ser capaces de:

- ❖ Comprender el concepto de servicio y las características distintivas de los servicios turísticos, diferenciándolos de los bienes y reconociendo su rol dentro del sistema turístico.
- ❖ Identificar, caracterizar y analizar los principales subsectores turísticos (alojamiento, gastronomía, transporte, intermediación, recreación y servicios complementarios), reconociendo su estructura operativa, funciones y actores.
- ❖ Interpretar el perfil y comportamiento de la demanda turística y analizar los fundamentos de la hospitalidad en sentido amplio y la experiencia turística, entendiendo su impacto en la satisfacción y fidelización.
- ❖ Conocer y aplicar procesos, procedimientos y estándares de servicio, identificando buenas prácticas y criterios básicos para el diseño y la prestación de servicios turísticos.
- ❖ Desarrollar habilidades para la atención al cliente y resolución de problemas en contextos laborales del sector.
- ❖ Comprender los principios de calidad, sostenibilidad e innovación aplicados a los servicios turísticos, evaluando su relevancia en la gestión contemporánea.
- ❖ Articular teoría y práctica mediante análisis de casos, proyectos aplicados y actividades de vinculación con el medio.

#### **4. CONTENIDOS**

##### **CONTENIDOS MÍNIMOS:**

- Concepto de servicio y características distintivas de los servicios turísticos. Servicios turísticos en el ámbito público y privado.
- Subsectores del turismo: alojamiento, gastronomía, transporte, intermediación, recreación y servicios complementarios. Identificación, caracterización y análisis. Estructuras operativas y actores involucrados.

- Diseño y prestación de servicios turísticos: procesos, procedimientos y estándares de servicio.
- Análisis del perfil de la demanda y segmentación del mercado. Fundamentos de la hospitalidad y de la experiencia turística. Atención al cliente y resolución de problemas en contextos turísticos.
- Calidad, sostenibilidad e innovación aplicada en la prestación de servicios turísticos.

## 5. PROGRAMA ANALÍTICO

### UNIDAD 1: LOS SERVICIOS Y LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

*Esta unidad funciona como organizador previo de toda la asignatura, por lo que se activan conocimientos previos de materias como Introducción al Turismo y Gestión de Organizaciones Turísticas.*

- 1.1. Introducir las bases teóricas del estudio de los servicios, diferenciándolos de los bienes y profundizando en sus características fundamentales: intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y perecibilidad.
- 1.2. Incorporación de modelos clásicos (Kotler, Lovelock & Wirtz) y el enfoque de servucción (Eiglier y Langeard), que permitan comprender los elementos que intervienen en la producción de servicios turísticos: soporte físico, personal de contacto, cliente y procesos.
- 1.3. Análisis del servicio turístico como proceso, como experiencia y como interacción entre múltiples actores, tanto del ámbito público como privado
- 1.4. Análisis de la lógica del sistema turístico y su funcionamiento integrado, problematizando la co-producción y co-creación de valor entre prestadores y visitantes

*Herramientas:* mapas conceptuales, actividades de diagnóstico, análisis de descripciones reales de servicios turísticos, videos ilustrativos sobre fallas y aciertos en la prestación.

*Actividades prácticas asociadas:* identificación de características del servicio en prestadores locales, análisis grupal del modelo de servucción aplicado a un hotel, restaurante o atractivos, detección de momentos de verdad positivos y negativos.

## **UNIDAD 2: SUBSECTORES TURÍSTICOS: IDENTIFICACIÓN, ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO**

*Esta unidad busca profundizar en el análisis sistemático de los subsectores que conforman la oferta turística: alojamiento, gastronomía, transporte, intermediación, recreación y servicios complementarios. Se abordarán sus estructuras operativas, modelos de negocio, funciones críticas y cadena de valor interna.*

2.1. Se introduce la mirada sistémica: cómo cada subsector influye en la experiencia global del visitante y cómo la fragmentación puede afectar la calidad del destino.

2.2. Alojamiento y gastronomía: operaciones del front y back office, housekeeping, F&B, revenue básico y gestión de experiencia.

2.3. Transporte: diferencias entre modos de movilidad, regulaciones, experiencia de viaje y plataformas tecnológicas.

2.4. Intermediación: transición hacia plataformas digitales, OTAs, metabuscadores y el rol actual de las agencias tradicionales.

2.5. Recreación y ocio: modelos contemporáneos de parques, atractivos y actividades experienciales. Introducción a la gestión del uso público.

*Herramientas:* Uso de estudios de caso reales (Airbnb, empresas de transporte, AMAU Hotel Escuela, gastronomía local). Trabajo comparativo entre subsectores mediante actividades colaborativas y aula invertida.

*Actividades prácticas asociadas:* mapeo del ecosistema turístico local (La Plata y región), análisis comparado de dos subsectores, identificación de roles laborales y perfiles profesionales, simulación de coordinación intersectorial para un viaje completo.

### **UNIDAD 3: PERFIL DE LA DEMANDA, SEGMENTACIÓN, HOSPITALIDAD Y EXPERIENCIA TURÍSTICA**

*En esta unidad se profundiza en el comportamiento del turista, modelos motivacionales (Push & Pull), toma de decisiones, expectativas, percepciones y satisfacción.*

3.1. Segmentación a partir de un enfoque contemporáneo: hipersegmentación, viajeros digitales, turismo accesible, senior travelers, nómades digitales.

3.2. Hospitalidad desde perspectivas clásicas (Telfer, Lashley) y actuales (hospitalidad experiencial, emocional). Experiencia turística (Pine & Gilmore) y el concepto de customer journey aplicado al turismo.

*Herramientas:* actividades basadas en análisis de perfiles reales de demanda, uso de datos secundarios (Ministerio de Turismo, Observatorios), creación de arquetipos (personas) y diseño de customer journeys.

*Actividades prácticas asociadas:* elaboración de perfiles de demanda por grupo, análisis de expectativas vs. experiencia real en diferentes servicios, construcción de mapas de experiencia (journeys).

### **UNIDAD 4: DISEÑO Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

*La unidad aborda los procesos y procedimientos de servicios, estándares, cartas de servicio y herramientas de gestión operativa.*

4.1. El personal y cada punto de contacto, calidad funcional y técnica (Grönroos), comunicación con el cliente, resolución de quejas y habilidades blandas.

4.2. Análisis de la importancia de la cultura organizacional orientada al servicio y el papel del colaborador como co-creador de valor.

4.3. Los estándares internacionales y su aplicación en los diversos niveles y tipos de servicios.

4.4. Incorporación de la noción de “momento de verdad” (Norman), resaltando la importancia del contacto interpersonal en la calidad percibida.

*Herramientas:* simulaciones, juegos de rol, análisis de protocolos reales de empresas, videos de fallas de servicio y aplicación de principios de Ausubel a través de ejemplos cercanos a la experiencia de los estudiantes.

*Actividades prácticas asociadas:* diseño de una carta de servicio, simulación de atención al cliente (role playing), elaboración de protocolos de respuesta a incidentes.

#### **UNIDAD 5: CALIDAD, SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS**

*La unidad complementa los contenidos vistos dando lugar a incorporar nuevas tendencias, mejoras de las propuestas de servicios y buenas prácticas en el sector turístico.*

5.1. Profundizar en la distinción entre calidad esperada y calidad percibida. Se analizan herramientas de medición: SERVQUAL, Net Promoter Score (NPS), encuestas estructuradas, indicadores de desempeño, auditorías y normas.

5.2. El concepto de sostenibilidad en turismo (económica, sociocultural, ambiental, política y tecnológica).

5.3. Análisis de modelos responsables de prestación, políticas públicas, certificaciones y buenas prácticas.

5.4. La accesibilidad como dimensión de calidad y derecho humano.

5.5. La innovación desde una perspectiva holística, integrando digitalización, automatización, inteligencia artificial, aplicaciones móviles, big data y experiencias personalizadas.

*Herramientas:* aula invertida, análisis de instrumentos reales, discusión de casos locales y observación crítica de prestadores cercanos, análisis crítico de innovaciones disruptivas.

*Actividades prácticas asociadas:* construcción de un cuestionario SERVQUAL adaptado a turismo, observación de campo de un servicio real, propuesta de mejora continua, propuesta

de innovación en procesos, análisis de casos de sostenibilidad, debate sobre riesgos y oportunidades del turismo inteligente.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

### UNIDAD 1: LOS SERVICIOS Y LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Eiglier, P. & Langeard, E. (1989). *Servucción. El marketing de servicios*. McGraw-Hill.

Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. (2017). *Marketing Turístico*. Pearson. Cap. 2.

Lovelock, C. & Wirtz, J. (2015). *Marketing de Servicios*. Pearson. Cap. 1–2.

#### - Recomendada:

Grönroos, C. (2007). *Service Management and Marketing*.

Gummesson, E. (2008). *Total Relationship Marketing*.

### UNIDAD 2: SUBSECTORES TURÍSTICOS: IDENTIFICACIÓN, ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO

Beni, M. (2003). *Análisis del turismo. Sistema turístico*. CIET.

Crouch, G. & Ritchie, J. (1999). "Tourism competitiveness". *Annals of Tourism Research*.

Hayes, D. K., & Miller, A. A. (2017). *Revenue Management for the Hospitality Industry*. Wiley.

Hayes, D. K., & Ninemeier, J. D. (2016). *Hotel Operations Management*. Pearson.

OMT (2010). *Competitividad en turismo*.

#### - Recomendada:

UNWTO tourism highlights (últimas ediciones).

Buhalis, D. (2020). *Smart tourism ecosystems*.

### UNIDAD 3: PERFIL DE LA DEMANDA, SEGMENTACIÓN, HOSPITALIDAD Y EXPERIENCIA TURÍSTICA

Kotler et al. (2017). *Marketing Turístico*. Cap.6.

OMT (2016). *Tourism Trends and Policies*.

Pine, B. & Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy*.

Telfer, E. (2000). "The Philosophy of Hospitality".

**- Recomendada:**

Buhalis & Sinarta (2019). Smart experience.

**UNIDAD 4: DISEÑO Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS**

Grönroos, C. (2007). Service Management and Marketing.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). Services Marketing: People, Technology, Strategy. Pearson.

Normas IRAM 42400 relacionadas con turismo.

Normas IRAM-SECTUR

Zeithaml, Valarie A., Mary Jo Bitner, and Dwayne D. Gremler (2010), "Services Marketing Strategy," in Wiley International Encyclopedia of Marketing: Marketing Strategy, Vol. 1, Robert A. Peterson and Roger A. Kerin, eds. Chichester, UK: John Wiley & Sons, 208-218.-

**Recomendada:**

Berry, L. (1995). On Great Service.

Kandampully, J., Zhang, T., & Bilgihan, A. (2015). "Customer loyalty: A review and future directions." International Journal of Contemporary Hospitality Management.

**UNIDAD 5: CALIDAD, SOSTENIBILIDAD E INNOVACIÓN EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS**

Buhalis, D. (2020). Smart Tourism.

ISO 9001 aplicada a servicios.

OMT (2018). Tourism for Development.

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988). SERVQUAL.

Rucci, A.C., López Zapata, L.V., Biz, A.A (Editores) (2025) Experiencias, aprendizajes y perspectivas de los Destinos Turísticos Inteligentes en Iberoamérica. Editorial CYTED.

**- Recomendada:**

Documentos del Sistema Argentino de Calidad Turística (SECTUR).

Informes del WTTC sobre tendencias globales.

Sistema de normalización de DTI -

<https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/proyectos-destinos/normalizacion-de-destinos-inteligentes/>

## 7. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

La metodología de enseñanza propuesta para *Servicios Turísticos* se estructura en torno a la teoría del aprendizaje significativo de Ausubel (1968, 1983)<sup>1</sup>, entendiendo que toda nueva información se integra de manera profunda y estable cuando encuentra puntos de anclaje en las ideas previas de los estudiantes. El objetivo es promover una transformación cognitiva, donde los alumnos no solo adquieran contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales, sino que logren reorganizarlos, ampliarlos y aplicarlos en contextos reales del sistema turístico.

Este enfoque se complementa con los lineamientos sobre metodologías activas y formación por competencias desarrollados por Fernández March (2006)<sup>2</sup>, que enfatizan la creatividad, la claridad de objetivos, el diseño detallado de las actividades, la integración progresiva de saberes y la sistematización de la experiencia docente como insumos para la mejora permanente.

De esta manera, el proceso de aprendizaje–enseñanza–aprendizaje propuesto se concibe como dinámico, dialógico y situado, en el cual los estudiantes construyen conocimientos relevantes y transferibles, fortalecen habilidades socioemocionales y técnicas, y desarrollan una mirada crítica sobre los servicios turísticos y sus desafíos contemporáneos.

La intención es lograr un aprendizaje integrado y significativo: pensar y hacer con una actitud crítica y reflexiva que constituya un círculo virtuoso de carácter educativo para que los alumnos sepan desarrollar, potenciar y reestructurar conocimientos, habilidades,

---

<sup>1</sup> Ausubel, D. P. (1968). *Educational psychology: A cognitive view*. Rinehart and Winston.

Ausubel, D. P. (1983). Teoría del aprendizaje significativo. *Fascículos de CEIF*, 1(1-10).

<sup>2</sup> Fernández March, A. (2006). Metodologías activas para la formación de competencias. *Educatio Siglo XXI*, 24, 35-56.

aptitudes y actitudes, tanto presentes como futuras.

La propuesta se apoya en los siguientes principios:

- Aprendizaje significativo: identificar conocimientos previos y elaborar organizadores previos para integrar la nueva información.
- Metodologías activas: proyectos, estudios de caso, simulaciones, aula invertida y experiencias de articulación con el medio.
- Participación y reflexión: el estudiante como protagonista de la construcción del conocimiento.
- Vinculación entre teoría y práctica: análisis de casos reales, trabajo con AMAU Hotel Escuela, organismos públicos y empresas del sector.
- Uso pedagógico de tecnologías: AU24, pizarras colaborativas, recursos audiovisuales y simuladores de gestión.
- Retroalimentación continua: devoluciones formativas y sistemáticas como parte del proceso de aprendizaje.
- Ética, sostenibilidad y calidad: integración de estas dimensiones en toda actividad, discusión o proyecto.

La cursada se concibe como un itinerario progresivo que acompaña al estudiante de primer año en su transición hacia la vida universitaria, fortaleciendo hábitos académicos, autonomía, pensamiento crítico y habilidades de análisis del sistema turístico.

## **8. DESCRIPCIÓN ANALÍTICA DE ACTIVIDADES TEÓRICAS Y PRÁCTICAS**

El objetivo es favorecer un proceso de aprendizaje-enseñanza-aprendizaje integral, innovador y participativo que incorpore el uso pedagógico de tecnologías educativas, la articulación con otras cátedras y organizaciones del medio y mecanismos de evaluación y retroalimentación continua, con el propósito de fortalecer el desarrollo de competencias profesionales, técnicas y socioemocionales en los estudiantes, en coherencia con los principios de calidad académica y mejora permanente de la práctica docente universitaria.

Para el logro de los objetivos se proponen las siguientes estrategias, adaptadas de las propuestas de Fernández March (2006)<sup>3</sup> y conjugadas con la teoría del aprendizaje significativo:

**Clases teóricas (48 h):**

1. Diagnóstico inicial:

- Recuperación de saberes previos.
- Presentación de organizadores previos.

2. Desarrollo conceptual:

- Bibliografía obligatoria + artículo actualizado.
- Análisis crítico del autor en su contexto.
- Relación teoría–práctica con ejemplos reales.

3. Integración reflexiva:

- Mini–debate.
- Conexión entre conocimientos previos y nuevos.
- Preguntas guía + cierre conceptual.
- Preparación de la actividad práctica asociada.

**Clases prácticas (48 h):**

Se organizan como espacios de aplicación, exploración y creación, centrados en:

1. Talleres temáticos

- Estándares de servicio y procesos
- Segmentación y diseño de experiencias
- Herramientas de comunicación, hospitalidad y resolución de problemas

---

<sup>3</sup> Fernández March, A. (2006). Metodologías activas para la formación de competencias. *Educatio Siglo XXI*, 24, 35-56.

## 2. Actividades colaborativas y aula invertida

Los estudiantes preparan materiales, y en clase se trabaja la resolución de situaciones problemáticas.

## 3. Estudios de caso reales

Hoteles, agencias, transporte, parques, recreación.

- Análisis de buenas y malas prácticas
- Revisión de “momentos de verdad” (Norman)
- Propuestas de mejora integrales

## 4. Vinculación con el medio

Estas experiencias constituyen un puente entre aula y territorio.

- AMAU Hotel Escuela
- Organismos públicos
- Organizaciones de turismo y emprendimientos locales

## 5. Proyecto integrador final, donde se articula:

- análisis de un servicio,
- diagnóstico de calidad,
- rediseño de experiencia,
- criterios de sostenibilidad e innovación,
- Fundamentación teórica desde Ausubel y autores del campo.

### Recursos didácticos

El diseño de los recursos didácticos responde a la necesidad de favorecer un aprendizaje significativo (Ausubel, 1983)<sup>4</sup> y la alfabetización académica (Carlino, 2005)<sup>5</sup>, promoviendo la participación y la construcción de conocimiento desde la práctica. En el caso de alumnos de primer año, estos recursos buscan también acompañar el proceso de adaptación a la vida universitaria, fortaleciendo hábitos de estudio y competencias digitales básicas.

<sup>4</sup> Ausubel, D. P. (1983). Teoría del aprendizaje significativo. *Fascículos de CEIF*, 1(1-10).

<sup>5</sup> Carlino, P. (2005). Escribir, leer y aprender en la universidad: Una introducción a la alfabetización académica. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. <https://www.aacademica.org/paula.carlino/3>

### *1. Materiales Audiovisuales*

Se incorporarán videos de conferencias, documentales y estudios de caso reales de servicios turísticos (hoteles, agencias, intermediaciones, transporte), que permitan observar la aplicación concreta de los conceptos teóricos. La combinación de materiales visuales y orales facilita la comprensión de estructuras complejas y favorece la conexión entre el conocimiento previo y el nuevo, eje central del aprendizaje significativo. Ejemplo: Documentales sobre gestión sustentable en hotelería o innovación tecnológica en agencias online, acompañados de guías de análisis.

### *2. Plataformas Virtuales y Herramientas Colaborativas*

El uso de Moodle (AU24) permitirá integrar contenidos teóricos, foros de debate, entrega de trabajos y autoevaluaciones. Asimismo, se emplearán pizarras colaborativas digitales (como Padlet o Miro) para fomentar el trabajo grupal y la co-construcción del conocimiento, favoreciendo la interacción y el desarrollo de la competencia comunicativa.

Según Carlino (2005)<sup>6</sup>, estas prácticas contribuyen a que los estudiantes participen de la cultura académica, desarrollando habilidades de lectura y escritura vinculadas al campo disciplinar.

### *3. Simuladores de Gestión*

Se prevé la utilización de herramientas digitales que recreen escenarios organizacionales simulados (por ejemplo, software de gestión hotelera, Power Bi, plataformas organizativas como Trello, entre otros). Estos recursos permiten aplicar los contenidos de manera práctica y comprender las interrelaciones de los diversos servicios que conforman el complejo sistema turístico, fomentando la capacidad de análisis sistémico y estratégico.

### *4. Recursos Institucionales y de Vinculación con el Medio*

---

<sup>6</sup> Idem.

La propuesta integra recursos propios de la Facultad, como el AMAU Hotel Escuela, el Instituto de Investigaciones en Turismo (IIT) y los proyectos de extensión de la Secretaría de Extensión Universitaria (SEU), que posibilitan la observación directa, las prácticas iniciales y el diálogo con profesionales del sector. Estos espacios amplían el horizonte del aula y fortalecen el aprendizaje experiencial. A su vez se buscará generar espacios donde los estudiantes puedan acercarse al ejercicio profesional y cómo diferentes actores interactúan en la cadena turística.

## 9. FORMAS DE EVALUACIÓN

En el marco de la normativa vigente (Ord. 189/25) se deberán cumplir los siguientes requisitos para la aprobación de la materia:

- La materia es teórica - práctica, por lo tanto, es obligatorio asistir a clases. Para la aprobación se requiere un porcentaje mínimo de asistencia del 70%.
- Para ser evaluados los alumnos deberán cumplir con la entrega y aprobación de los Trabajos Prácticos realizados hasta el momento del examen. No hay días definidos para teoría y práctica, sino que según el avance de los temas se irán realizando los Trabajos Prácticos.
- Durante el transcurso de la materia podrá solicitarse a los alumnos la realización de trabajos de campo o de investigación (asignados por los docentes), talleres de noticias y test de lectura, los cuales, a requerimiento de los docentes, deberán exponerse a sus compañeros.
- En las fechas establecidas en el cronograma de la materia y de acuerdo con lo establecido en el Calendario Académico de la Facultad, se tomarán las evaluaciones parciales y sus recuperatorios. Solo aquellos alumnos que desaprobaban y los que no se hayan presentado en la primera instancia ofrecida podrán rendir la correspondiente evaluación recuperatoria. Las evaluaciones serán teóricas - prácticas.
- Una vez concluido el período de dictado de los cursos ofrecerá una (1) instancia de recuperación general para aquellos/as estudiantes que, cumpliendo el requisito de asistencia y habiendo aprobado los trabajos prácticos desarrollados durante el curso, hubieran desaprobado y/o se hubiesen ausentado a alguna y/o todas las evaluaciones

parciales. La prueba recuperatoria de cada asignatura versará sobre las temáticas incluidas en la instancia desaprobada y la misma se considerará aprobada cuando el/la estudiante obtenga una calificación igual o superior a cuatro (4) puntos.

- Para la aprobación de la cursada de la asignatura los estudiantes deberán cumplir con el requisito de asistencia y aprobar las evaluaciones parciales en cualquiera de las instancias previstas con nota mínima de cuatro (4) puntos.
- Los criterios de evaluación aplicables a los exámenes y trabajos prácticos. Se tendrá en consideración la aplicación de los conocimientos adquiridos, el manejo fluido de la información y de vocabulario técnico propio de la asignatura, y orden, claridad y calidad de la exposición, tanto oral como escrita.
- La acreditación de la asignatura podrá efectuarse mediante dos (2) posibles modalidades: promoción sin examen final o curso regular con examen final.
- Bajo la modalidad por promoción sin examen final, deberá cumplir con el requisito de asistencia y aprobar las evaluaciones parciales (en sus instancias originales y/o en sus respectivos recuperatorios) durante el período de dictado de los cursos.

Asimismo, se podrá establecer una instancia adicional de evaluación si se considera necesario. Esta instancia consistirá en un trabajo integrador u otro formato similar que cubra los temas tratados en la asignatura. La modalidad y los requisitos para aprobar esta evaluación deberán especificarse al momento de la presentación del curso y comunicarse oportunamente a los/as estudiantes.

Para obtener la acreditación de la asignatura bajo el régimen de promoción de la asignatura (CPR), el/la estudiante deberá además de las condiciones expuestas anteriormente, obtener una nota media igual o superior a siete (7) puntos entre las instancias previstas del presente régimen. Y, cumplir con las demás condiciones que establezca el/la Titular de la Cátedra para la aprobación del curso, de acuerdo con la propuesta presentada al Departamento de Turismo y aprobada por la Secretaría de Asuntos Académicos.

- Bajo la modalidad por curso regular con examen final (CAR) deberá, cumplir con los requisitos mencionados para la aprobación de las cursadas y aprobar la evaluación

final con una calificación igual o superior a cuatro (4) puntos en los turnos ordinarios de exámenes finales correspondientes.

### ***Evaluación Formativa y Retroalimentación Continua***

- Realizar evaluaciones formativas que no solo midan el conocimiento adquirido, sino también la capacidad de aplicarlos. Pensando en exámenes tradicionales pero que busquen la aplicación de contenidos a casos reales o simulados y a su vez, sumar exámenes no tradicionales de tipo presentaciones grupales, juegos de roles, entre otros.
- Proporcionar retroalimentación continua durante el proceso de aprendizaje, enfocándose en cómo los estudiantes están integrando nuevos conocimientos con sus estructuras cognitivas previas. Generando los espacios para repaso de contenidos las veces que sea necesario. Se suman tutorías, acompañamiento y espacios de consulta.
- Para fomentar la responsabilidad y la auto-reflexión, se incluirán actividades de autoevaluación y coevaluación. A través de la autoevaluación, los estudiantes revisarán su propio desempeño en proyectos y estudios de caso, reflexionando sobre sus fortalezas y áreas de mejora. Y mediante la *coevaluación*, en proyectos grupales, los estudiantes evaluarán el desempeño de sus compañeros, lo que fomentará la colaboración y la auto-conciencia sobre el trabajo en equipo.

Se espera que estos procesos de reflexión también se apliquen al cuerpo docente con el fin de mejorar el desempeño, generar motivación y crecimiento personal y profesional. Para ello el feedback con los estudiantes será un gran aporte y se buscará con continuidad ese vínculo de retroalimentación.