UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA
BOULEVARD OROÑO 1261 - 2000 ROSARIO - REPÚBLICA ARGENTINA

EXP-UNR: Nº 13168/2022

Rosario, 03 de mayo de 2022

VISTO: Que por Resolución nº 29263-C.D., fue aprobado el programa, objetivos y sistema de evaluación de la asignatura "Tecnologías Aplicadas al Turismo" de la carrera de Licenciatura en Turismo

Atento a la nueva propuesta de la citada asignatura elevada por el Profesor Titular, Cont. Cristian CEJAS y cuenta con el aval de la Dirección de la Escuela de Administración y la Secretaría Académica, según Nota 090/22

Teniendo en cuenta que el proyecto presentado se adecua al plan de estudios aprobado por Resolución C.S. nº 925/2017 y a lo establecido en las pautas aprobadas según Resolución nº 27554-C.D.

CONSIDERANDO: El despacho de la Comisión de Enseñanza y lo establecido en el artículo 23º, inciso b) del Estatuto de la Universidad y

POR ELLO,

EL CONSEJO DIRECTIVO
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ESTADISTICA
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
RESUELVE:

ARTICULO 1º - Dejar sin efecto la Resolución nº 29263-C.D. mediante la cual fue aprobado el programa objetivos y sistema de evaluación de la asignatura "Tecnologías Aplicadas al Turismo" de la carrera de Licenciatura en Turismo.

ARTICULO 2º - Aprobar el programa, objetivos y sistema de evaluación de la asignatura **TECNOLOGÍAS APLICADAS AL TURISMO"** de la carrera de Licenciatura en Turismo (Resolución C.S. Nº 925/2017), y que como Anexo Único forma parte de la presente Resolución.

ARTICULO 3º - Dejar establecido que el programa que se aprueba mediante el artículo anterior entra en vigencia a partir del primer cuatrimestre del año 2022.

ARTICULO 4º - Comuníquese, cópiese y archívese.

RESOLUCION Nº 31196-C.D.

LIC. ADRIANA P. RACCA
Decana
Pte. Consejo Directivo

JUAN JOSE MESON
Director General de Administración

Es copia
RUBÉN O. GONZÁLEZ
Secretario - Consejo Directivo

Universidad Nacional de Rosario
Facultad de Ciencias Económicas y Estadística

Carrera: Licenciatura en Turismo (Resolución C.S. Nº925/2017)

Asignatura:
TECNOLOGÍAS APLICADAS AL TURISMO

Tipo de materia: obligatoria
Ciclo: Superior – Orientación en Administración Turística (Tercer año)
Escuela de: Administración
Duración: Cuatrimestral
Carga horaria: 64 horas
Profesor Titular: Cdor. Cristian David Sejas

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA
BOULEVARD OROÑO 1261 - 2000 ROSARIO - REPÚBLICA ARGENTINA

EXP-UNR: Nº 13168/2022.

ANEXO ÚNICO

Programa de **"TECNOLOGÍAS APLICADOS AL TURISMO"**

Carrera de: Licenciatura en Turismo (Plan 2017)

Duración: cuatrimestral – carga horaria 64 horas

FUNDAMENTO

Vivimos en un mundo cada vez más conectado e interdependiente, en el que los avances digitales están transformando nuestro comportamiento, cambiando el modo en que nos informamos e impulsando la innovación. No solo necesitamos herramientas nuevas, sino también nuevas capacidades y formas de pensar.

El turismo, por su vasto alcance en muchos sectores, desde la infraestructura y la energía hasta el transporte y el saneamiento, y su enorme impacto en la creación de empleo, contribuye de manera vital a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Es por ello que la Organización Mundial del Turismo (OMT), para el año 2018, consideró que los avances digitales y la innovación forman parte de la respuesta al desafío de compaginar el crecimiento continuo, con una mayor sostenibilidad y responsabilidad en el sector turístico.

> «*La incorporación de los avances digitales y la innovación brinda al turismo oportunidades para aumentar la inclusión social, el empoderamiento de las comunidades locales y el uso eficiente de los recursos en la gestión, entre los muchosobjetivos enmarcados en la agenda para el desarrollo sostenible*» (Zurab Pololikashvili, Secretario General de la OMT, 2018).

Hay una nueva realidad en los turistas contemporáneos y en las actividades que éstos desarrollan antes, durante y después de sus viajes. La transformación digital, ha supuesto cambios en los procesos de decisión en materia de viajes, en las posibilidades de comercialización del turismo y en la forma de evolución de los clientes, pasando deser simples consumidores a ser generadores de contenidos (prosumidores).

Las tecnologías han dado un impulso positivo a las sociedades y a las economías de todo el mundo. Nos han conectado a nivel mundial, han contribuido al empoderamiento de los más vulnerables, han conectado a las empresas emergentes con los inversores a fin de promover la innovación, el espíritu emprendedor, el empleo, y se han convertido en aliados esenciales en pro del desarrollo sostenible.

Frente a éste contexto de dinamismo, se pone en relevancia la importancia de estudiarcómo las tecnologías repercuten en el turismo. Comprender los nuevos desafíos y oportunidades en los entornos de innovación, analizar la creación de empresas disruptivas y startups que intervienen en el sector turístico, y preparar al alumno de forma didáctica y práctica para el futuro del trabajo.

OBJETIVOS:

Que el alumno logre:

- Apropiarse de los términos y conceptos claves de las TICs (Tecnologías de la Información y Comunicación) aplicadas al turismo.
- Comprender las características y el funcionamiento del ecosistema tecnológicocon incidencia en el sector turístico.
- Identificar, analizar y reflexionar sobre las necesidades y oportunidades de innovación en cada etapa que tienen los turistas antes, durante y después de sus viajes.
- Recurrir a las herramientas tecnológicas y a las metodologías ágiles para laconsulta y resolución de casos prácticos.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA
BOULEVARD OROÑO 1261 - 2000 ROSARIO - REPÚBLICA ARGENTINA

EXP-UNR: Nº 13168/2022.

CONTENIDOS

UNIDAD 1. INTRODUCCIÓN:
Evolución de la tecnología. Escenarios de las TICs(Tecnologías de la información y comunicación). OMT 2018 "Turismo y la transformación digital". Innovación en turismo. Contabilidad de la innovación. Necesidades y Micro-momentos en "el camino del turista": inspiración – decisión – reserva – viaje - recuerdos.

UNIDAD 2. ECOSISTEMA DEL NEGOCIO DE VIAJES ONLINE:
Empresas tecnológicas con incidencia en el sector turístico. Mapeo. Ecosistema emprendedor en Argentina y el mundo. Startups y Born Globals: concepto, estructura y etapas**.** Unicornios. Actores del ecosistema: Incubadoras, Aceleradoras, VC, Crowdfunding,etc.

UNIDAD 3. MICRO-MOMENTO ANTES:
Inspiración: Necesidad de descubrir. Blogs. Eventos digitales. Social Media. Acciones offline y online. **Decisión:** Necesidadde planificar. Buscadores, Metabuscadores, Comparadores, etc. Dynamic Packaging. **Reservas:** Necesidad de concretar. Negocios turísticos B2C, B2B, de nicho y P2P. Comercio electrónico. Blockchains. OTAs. GDS (Global Distribution System) y GNE (Global Distribution System New Entrant).

UNIDAD 4. MICRO-MOMENTO DURANTE:
El viaje: Necesidad de familiarizar. Geolocalización. Realidad aumentada. Inteligencia artificial. Internet de las cosas en alojamientos, restaurantes, actividades y transporte. Guías digitales.

UNIDAD 5. MICRO-MOMENTO DESPUÉS:
Recuerdos: Necesidad de recordar ycompartir. Big Data. Chatbots. Redes Sociales. CRM (Customer Relationship Management). Programas de Fidelización.

UNIDAD 6. APLICACIONES DE TURISMO Y METODOLOGÍAS ÁGILES:
Aplicaciones móviles. Prototipos. Diseño e implementación: Mockup y Diseño UX-UI.Metodologías ágiles: Metodología Lean, Desing Thiking, Scrum, Desing Sprint.

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

Se trabajará con clases expositivo-dialogadas y técnica de grupos de discusión, estimulando la lectura previa de los temas a dictar.

Se propondrán, además, trabajos de búsqueda y lectura de información, iniciando al alumno a la práctica de la investigación, la utilización del campus virtual y en la generación de contenidos colectivos a través de herramientas tecnológicas.

Las clases virtuales serán implementadas para impartir contenidos teóricos correspondientes a los 4 Trabajos Prácticos que deberán desarrollar los alumnos. Se llevarán adelante en los días y horarios de las respectivas comisiones en forma sincrónica, a través de la plataforma google meet o similares. En las mismas se apelará a acompañar a los estudiantes en el desarrollo y consulta sobre de los Trabajos Prácticos requeridos.

ACTIVIDADES (TEÓRICAS Y PRÁCTICAS)

Los alumnos durante las clases y fuera de ellas, tendrán trabajos prácticos individuales y/o grupales, a los efectos de promover debates sobre temas de actualidad relacionados con la tecnología aplicada al turismo. Para ello los alumnos realizarán estudios de casos, búsquedas de información y resolución de situaciones actuales que plantean las nuevas tecnologías.

Los alumnos podrán recurrir a todos los documentos a través del campus virtual en el cual se encuentran disponibles para el diálogo y el debate, estimulando la lectura previaa la clase.

Los estudiantes dispondrán de encuentros virtuales sincrónicos para dudas, consultas y acompañamiento en los cuatro trabajos prácticos escritos que deberán realizar, cuyas consignas serán socializadas en las clases presenciales y serán subidas al campus (aulavirtual) para su corrección.

Actividades teóricas: búsqueda de información sobre temas de actualidad que seestablecerán a los largo del año.

Actividades teóricas-prácticas: trabajos en grupos, foros de discusión y/o estudio decasos sobre los temas investigados.

CARGA HORARIA (TEÓRICA Y PRÁCTICA)

La carga horaria total es de 64 horas reloj divididas en dos clases semanales de dos horas cada una, a lo largo del cuatrimestre (aproximadamente 32 clases), correspondiendo el 70% (45 horas) al desarrollo teórico y el 30% (19 horas) a la teórica-práctica.

La carga horaria virtual no superará el 20 % de las horas totales y será aplicada a contenidos teóricos y de consulta de los trabajos de los estudiantes.

SISTEMA DE EVALUACION

Durante el transcurso del cuatrimestre se realizarán evaluaciones del proceso de aprendizaje a través de instancias prácticas individuales y grupales (trabajos prácticos). La ponderación de estas actividades en su conjunto, se calculará a partir de su promedio y, representará un **30% de la nota final.**

Además, se realizará un examen final escrito integrador (y su recuperatorio) al final deldictado del cuatrimestre. El examen tendrá una **valoración ponderada del 70 %** de la nota final.

Régimen de promoción y regularización: La composición del puntaje de las actividadesevaluativas se discrimina como sigue: los trabajos prácticos en conjunto equivalen a 30 puntos máximos, el examen integrador 70 puntos máximos lo que totaliza 100 puntos máximos posibles.

La nota definitiva: será la sumatoria del puntaje obtenido en las evaluaciones de los trabajos prácticos y el examen integrador. Si la nota alcanzara un mínimo de 70 puntos o más el alumno promoverá la materia con una calificación de 7 o más. Si el puntaje obtenido está comprendido entre 50 y 69,9 puntos el alumno será regular en la materia ydeberá rendir un examen escrito integrador de recuperación. Los alumnos que aprueben esta instancia de recuperación promoverán la materia con una calificación de 7 o más, los que no alcancen el puntaje requerido o no se presenten, mantendrán la regularidad por el término que fije la reglamentación respectiva. Alumnos libres. Aquellos alumnos que en el examen integrador obtengan un puntaje inferior a los 50 puntos, quedarán como alumnos libres y deberán rendir un examen escrito teórico y práctico en los turnosde exámenes indicados, en una única instancia, sobre todo el contenido total de la asignatura.

Se considerarán los siguientes **criterios de evaluación**: conocimiento aprehendido y aplicado, resolución de ejercicios prácticos, capacidad para detectar la problemática planteada, uso adecuados de las herramientas tecnológicas, utilización de vocabulario específico, integración y relación entre conceptos, capacidad de trabajo en grupo, capacidad de síntesis y de exposición de los conocimientos incorporados.

BIBLIOGRAFIA

UNIDAD 1

DE BORJA SOLE, Luis y GOMIS, Joan (2012). El nuevo paradigma de laintermediación turística. Editorial Síntesis. España

HERNÁNDEZ, Mariana (2015). Micro-Momentos: pequeños grandes momentos quellenan la vida de valor. On-line.

HOSTELUR (Octubre 2012): Las TIC en el sector turístico. Más cerca que nunca delcliente. On-line.

LARA, Alejandro (compilador) (2008). 100 Años de Turismo Argentino. Ed. Proia.Buenos Aires.

MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN ARGENTINA (2015). Anuario Estadístico de Turismo 2015. AET. On-line.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ESTADÍSTICA
BOULEVARD OROÑO 1261 - 2000 ROSARIO - REPÚBLICA ARGENTINA

EXP-UNR: Nº 13168/2022.

MINISTERIO DE PRODUCCIÓN Y TRABAJO (2018). Economía del conocimiento: Argentina al futuro. On-line.
RODRÍGUEZ, Rubén y VILLARMARZO, Ricardo (2018). La contabilidad de lainnovación. On-line.
SANCHO, Amparo (1998). Introducción al turismo. Ed. Organización Mundial delTurismo. On-line.

UNIDAD 2

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR –GEM- (2018) - Reporte 2018 para
Argentina del GEM - Centro de Entrepreneurship IAE Business School. HOSTELUR (2015-2019): Compendio de noticias. On-line.
JICA (AGENCIA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL DE JAPÓN), A. d.
(2003). Estudio en el área del desarrollo empresarial. Buenos Aires.
SECRETARÍA DE AMBIENTE Y DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA
NACIÓN ARGENTINA (2019). Potenciando ecosistemas de emprendedores sustentables. Guía práctica para Municipios y otras organizaciones. Buenos Aires.

UNIDAD 3

DE BORJA SOLE, Luis y GOMIS, Joan m (2012) El nuevo paradigma de laintermediación turística. Editorial Síntesis. España
DE PABLO, Rosana. (2004): Las nuevas tecnologías aplicadas al turismo. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid.
HOSTELUR (2015-2019): Compendio de noticias. On-line.

UNIDAD 4

HOSTELUR (2015-2019): Compendio de noticias. On-line.
MCGONIGAL, Jane (2013). ¿Por qué los videojuegos pueden mejorar tu vida y cambiar el mundo?: Un encuentro entre el mundo virtual y el real en el que las personassalen favorecidas. Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires

UNIDAD 5

HOSTELUR (2015-2019): Compendio de noticias. On-line.
OMT (2013). Turismo y nuevas tecnologías. Seminario Técnico. San José (Costa Rica)
ZUCCHERINO, Santiago (2018). Social Media Marketing. La revolución de los negocios y la comunicación digital. Temas Grupo Editorial. Buenos Aires

UNIDAD 6

GASCA, Juan y ZARAGOZÁ, Rafael (2015). Designpedia. 80 herramientas paraconstruir tus ideas. LID Editorial. Buenos Aires.
HOSTELUR (2015-2019): Compendio de noticias. On-line.
MOOTEE, Idris (2014). Design Thinking para la innovación estratégica. Lo que no tepueden enseñar en las escuelas de negocios ni en las de diseño. Ediciones Urano.
Barcelona.
SERRANO ORTEGA, Manuel y BLÁZQUEZ CEBALLOS, Pilar (2016). Design Thinking. Lidera el presente, crea el futuro. Alfaomega Grupo Editor y ESIC.Cuauhtémoc. D.F.

RESOLUCION Nº 31196-C.D.

Es copia
RUBÉN O. GONZÁLEZ
Secretario - Consejo Directivo

LIC. ADRIANA P. RACCA
Decana
Pte. Consejo Directivo
JUAN JOSE MESON
Director General de Administración