

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:

Introducción al Turismo (T01)

CÓDIGO: T01**AÑO DE UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS:** 1

año

FECHA ULTIMA REVISIÓN DE LA ASIGNATURA:

2018-04-05

CARRERA/S: Tecnicatura en Turismo V4, Licenciatura en Turismo V4,**CARÁCTER:** ANUAL**TIPO:** OBLIGATORIA**NIVEL:** GRADO**MODALIDAD DEL DICTADO:** PRESENCIAL**MODALIDAD PROMOCION DIRECTA:** NO**CARGA HORARIA SEMANAL:** 4 HS**CARGA HORARIA TOTAL:** 120 HS**EQUIPO DOCENTE**

Nombre y Apellido	Cargo	e-mail
Sergio CHENLO	Profesor Adjunto	schenlo@untdf.edu.ar
Roxana NERÓN	Asistente Principal	rneron@untdf.edu.ar
Grisel GUERRERO GALLARDO	Asistente de Primera	gguerrero@untdf.edu.ar
Rita Macarena Accosta MANJARRÉS	Asistente de Primera	rmacostamanjarres@untdf.edu.ar

1. FUNDAMENTACION

Como consecuencia de la institucionalización del tiempo libre en la mayoría de las sociedades post-industriales, a partir de la segunda mitad del SXX el turismo se ha constituido en una de las prácticas de ocio más habituales.

Los desplazamientos voluntarios y temporales que la práctica turística implica han sido el objeto de estudio de esta nueva disciplina, el turismo, que presenta aún dificultades epistemológicas y metodológicas para su abordaje.

Cambios profundos registrados además a nivel tecnológico: medios de transporte, información, comunicación y distribución, han propiciado la masificación del fenómeno turístico en las últimas décadas.

La complejización de la actividad merece el desarrollo de posturas críticas y reflexivas desde los ámbitos académicos que ayuden a la comprensión, la planificación y la gestión.

Se suman a estas nuevas realidades los desafíos referidos a la sostenibilidad de cualquier tipo de desarrollo, incluyendo el turístico. Los múltiples impactos y repercusiones que la puesta en marcha y posterior desarrollo de la actividad turística generan, se despliegan en una gran cantidad de dimensiones –territorial, medioambiental, sociocultural, político-económica, etc -, exigiendo una adecuada gestión del turismo, tanto por parte del sector público como el privado, que requiere la preparación y formación de nuevos profesionales en el área.

La propuesta de cátedra apunta al abordaje interdisciplinar del fenómeno turístico contemporáneo, intentando explicar la génesis del mismo, los cambios estructurales del sector registrados durante las últimas décadas, la coyuntura actual y las tendencias a futuro de la

actividad.

La asignatura Introducción al Turismo se presenta como un espacio propicio para iniciar al estudiante en el estudio de las diversas problemáticas de la actividad. Asimismo resulta soporte de otras asignaturas del plan de estudios, en cuanto brinda al estudiante los conocimientos básicos, el lenguaje disciplinar específico, el abordaje metodológico y el espacio necesario para la reflexión y la apropiación de contenidos que resultarán necesarios y fundamentales para la prosecución de sus estudios universitarios en Turismo.

2. OBJETIVOS

a) OBJETIVOS GENERALES

Se pretende enseñar a:

A. Comprender, desde un abordaje sistémico, la importancia del turismo como fenómeno complejo y transversal en las sociedades post-industriales.

B. Reflexionar acerca de las repercusiones e impactos que el desarrollo del turismo genera en una comunidad y en el territorio.

C. Distinguir los diferentes actores que intervienen en el desarrollo de la actividad, entendiendo sus relaciones y conociendo el marco normativo que los organiza.

b) OBJETIVOS ESPECIFICOS

Se pretende enseñar a:

a. Comprender el fenómeno turístico como una forma particular de uso del tiempo libre y recreación.

b. Entender las especificidades de los desplazamientos turísticos que los distinguen de otros desplazamientos humanos.

c. Reconocer las causas de la masificación del fenómeno turístico.

d. Conocer la distribución espacial del turismo a nivel mundial, nacional, regional y provincial.

e. Distinguir la estructura básica del sistema turístico y sus componentes: la demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores del mercado.

f. Conocer las principales motivaciones que generan el desplazamiento de turistas.

g. Identificar los impactos positivos y negativos del turismo en sus múltiples dimensiones.

h. Reconocer los distintos actores sociales tanto del sector público como privado que intervienen en el ámbito turístico, conociendo el marco normativo que los regula.

i. Distinguir el papel del turismo como factor de desarrollo local y regional.

j. Recrear el fenómeno turístico a través del análisis, interpretación y valoración de las fuentes bibliográficas y documentales.

k. Ejercitar la capacidad de síntesis y de conceptualización, el pensamiento reflexivo y crítico.

l. Producir informes de opinión personal acerca del fenómeno turístico en base al análisis de fuentes académicas.

m. Vincular el marco teórico desarrollado con la práctica turística actual en diferentes ámbitos de actuación (internacional, regional, nacional, provincial y local).

3. CONDICIONES DE REGULARIDAD Y APROBACION DE LA ASIGNATURA

EXAMEN FINAL REGULAR:

Podrán rendir examen final regular (evaluación oral sobre los contenidos del programa de la asignatura), los alumnos que hayan aprobado el cursado de la asignatura. El rendimiento del alumno será calificado con números enteros, dentro de la escala del uno (1) al diez (10). Para la aprobación del examen se requerirá como mínimo de cuatro (4) puntos.

Requisitos para la aprobación del cursado de la asignatura:

- a) Asistencia al setenta por ciento (70%) de las clases prácticas.
- b) Aprobación del setenta por ciento (70 %) de los trabajos prácticos. Cada uno tendrá una única instancia recuperatoria. Los trabajos prácticos correspondientes a las unidades V y VI serán de presentación obligatoria.
- c) Aprobación de dos (2) exámenes parciales (uno por cada cuatrimestre), cada examen parcial tendrá una única instancia recuperatoria. El rendimiento del alumno será calificado dentro de la escala del uno (1) al diez (10). Para la aprobación del examen se requerirá un mínimo de cuatro (4) puntos.

EXAMEN FINAL LIBRE

Podrán rendir examen final libre, aquellos alumnos que hayan perdido la condición regular en la asignatura, o que opten por esta modalidad.

Condiciones para rendir examen libre:

- a) Entrevista con los docentes de la Cátedra; la misma tiene como finalidad orientar al alumno respecto de los contenidos y los referentes bibliográficos propuestos en el programa de la asignatura; ésta se deberá solicitar por lo menos treinta (30) días antes de constituirse la mesa examinadora.
- b) Examen escrito y oral. Sólo podrán acceder a la instancia oral aquellos alumnos que hayan aprobado la instancia escrita. El rendimiento del alumno será calificado con números enteros, dentro de la escala del uno (1) al diez (10). La calificación final será el resultado del promedio entre las instancias escrita y oral. Para la aprobación del examen se requerirá como mínimo una calificación de cuatro (4) puntos.

4. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

UNIDAD I: TIEMPO LIBRE, RECREACIÓN Y TURISMO

Tiempo Libre, recreación y ocio. Aspectos conceptuales. Evolución de los conceptos. Tiempo libre en las sociedades post-industriales. Institucionalización del tiempo libre. Industrias culturales y ocio. Mercantilización del tiempo libre. Marco conceptual para el estudio del Turismo. El Turismo como fenómeno social y su relación con el tiempo libre y la recreación.

UNIDAD II: TURISMO

Orígenes y evolución histórica del fenómeno Turismo en la sociedad. El turismo en Argentina. Principales tendencias actuales. Factores condicionantes. Clasificación del turismo. El turismo nacional. El turismo internacional. Corrientes turísticas. Principales regiones emisoras y receptoras de turismo a escala mundial. Tendencias regionales del turismo internacional.

UNIDAD III. EL SISTEMA TURÍSTICO

El sistema turístico. Concepto. Estructura y funcionamiento del sistema turístico. Espacio geográfico, demanda turística, oferta turística y operadores turísticos. Atractivos turísticos. El turista, elemento dinámico del sistema. Principales modelos. Motivación. Concepto. Clasificación: heterocondicionadas, autocondicionadas, explícitas, implícitas. Modelo psicológico del turismo. Facilitadores y obstaculizadores del desplazamiento turístico.

UNIDAD IV: EL TURISMO Y SUS IMPACTOS

Concepto de impacto turístico. Impactos de la actividad turística: medioambientales, socioculturales y económicos. Beneficios y costes económicos del turismo. Principios del desarrollo sustentable en la actividad turística y la integración de aspectos medioambientales, sociales y económicos.

UNIDAD V: EL MERCADO TURÍSTICO El mercado turístico. Concepto. Tipos y clasificación. Componentes. La demanda turística. Los factores determinantes, su influencia en la magnitud y características de la demanda. La estacionalidad de la demanda. La oferta turística. Características. Inventario del patrimonio turístico y su valoración. Estudios de mercado, su importancia. Segmentación de mercado. Criterios.

UNIDAD VI: PRODUCTOS TURÍSTICOS

Los servicios turísticos. Concepto, características y análisis. La diversificación de los servicios turísticos. Producto turístico. Concepto y características. Componentes. Diferenciación y diversificación del producto. Planificación y marketing de productos turísticos. Principales canales de distribución de los productos y servicios turísticos. Hipermediación. La tecnología y actuales tendencias.

UNIDAD VII: EL TURISMO Y EL SECTOR PÚBLICO

El Turismo como factor de desarrollo local y regional. Justificación de la intervención del sector público en el Turismo. Política Turística: concepto y objetivos. Diferentes niveles de intervención pública. La problemática institucional del Turismo. El Turismo en la estructura administrativa del sector público. Articulación de las relaciones público-privadas en Turismo. Organismos oficiales de turismo y organizaciones intermedias turísticas. Superestructura normativa macro en Argentina: Ley Nacional de Turismo N° 25.997. PFETS - Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable.

5. RECURSOS NECESARIOS

- Proyector
-

6. PROGRAMACIÓN SEMANAL

Semana	Unidad / Módulo	Descripción	Bibliografía
--------	-----------------	-------------	--------------

1 a 4	Unidad I	Comprensión del turismo enmarcado en el tiempo libre. Tiempo libre y posmodernidad, Industrias del tiempo libre.	<p>Bibliografía Obligatoria BOULLON, R. (2002). El tiempo libre. Las Actividades Turísticas y Recreacionales, El hombre como protagonista. México: Trillas.</p> <p>IGARZA, R. (2009). La sociedad del ocio intersticial. Burbujas de Ocio: nuevas formas de consumo cultural. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.</p> <p>LEVIS, D. (2005). El tiempo atrapado: hacia la mercantilización del tiempo libre. Recuperado de http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/ar/</p> <p>MONTEJANO, J. M. (2002). El turismo como aglutinador del ocio y del tiempo libre. Psicología del Turismo. Madrid, España: Editorial Síntesis.</p> <p>SAN MARTÍN GARCÍA, J. E. (1997). Ocio y Tiempo Libre: Aspectos conceptuales. Psicología del ocio y el turismo. Málaga, España: Ediciones Aljibe</p>
-------	----------	--	--

5 a 8	Unidad II	Análisis del fenómeno turístico. Desde su aparición hasta la masificación. El caso argentino.	<p>Bibliografía Obligatoria Acerenza, M. A. (2002). El turismo: aspecto conceptual. Administración del turismo. Volumen I (pp.23-51). México: Trillas.</p> <p>Acerenza, M. A. (2002). El turismo: orígenes y evolución. Administración del turismo. Volumen I (pp.53-85). México: Trillas.</p> <p>Bertoncello, R. (2006). Turismo, territorio y sociedad. El "mapa turístico de la Argentina". A. I. Geraiges de Lemos, M.L. Silveira América Latina, campo e turismo. (pp. 317-335). San Pablo: CLACSO. De La Torre Padilla, O. (1992). Origen y carácter del Turismo. El Turismo, fenómeno social (pp.11-24). México: Fondo de Cultura Económica.</p> <p>García-Mass, A. y García-Mass, A. (2005). Presentación. Del Homo Mobilis al Viajero en el Tiempo. La mente del viajero. Características Psicológicas de viajeros y turistas (pp. 220). Madrid: Thompson Paraninfo. Ministerio de Bienestar Social, Secretaría de Deportes y Turismo, Subsecretaría de Turismo (1977). Documento de trabajo. El turismo en la República Argentina. Buenos Aires, Argentina. Sancho, A. (1998). Organización Mundial de Turismo. Introducción al Turismo. (pp.20-45). Madrid: OMT.</p> <p>Schlüter, R. y Winter, G. (1993). Conceptualización del turismo. El fenómeno turístico (pp.17-33). Buenos Aires: Fundación Universidad a distancia "Hernandarias". Vera, J. F., et.al. (1997). La naturaleza del turismo. Análisis territorial del turismo (pp.720). Barcelona: Ariel. Bibliografía Complementaria</p> <p>Boullon, R. (2002). Retrospectiva del turismo y la recreación. Las Actividades Turísticas y Recreacionales, El hombre como protagonista (pp.13-49). México: Trillas.</p> <p>Wallingre, N. (2007). Etapa del Posturismo. Desde los umbrales del siglo XXI. Historia del Turismo Argentino</p>
-------	-----------	---	---

9 a 12	Unidad III	<p>Abordaje sistémico del turismo. Componentes del sistema turístico. Motivaciones turísticas y su vinculación con el enfoque sistémico.</p>	<p>Bibliografía Obligatoria García Mas, A. y García Mas, A. (2005). El Modelo de psicología global del turismo. La mente del viajero. Características Psicológicas de viajeros y turistas. Madrid: Thompson Paraninfo. García Mas, A. y García Mas, A. (2005). Los motivos del viajero. La mente del viajero. Características Psicológicas de viajeros y turistas. Madrid: Thompson Paraninfo. McIntosh, R. y Gupta, S. (2002). Psicología y motivación en el turismo. Turismo, planeación, administración y perspectivas. México: Limusa. Sancho, A. (1998). Turismo: concepto y definiciones. Introducción al Turismo. Madrid: OMT. Schlüter, R. y Winter, G. (1993). El turismo como sistema. El fenómeno turístico. Buenos Aires: Fundación Universidad a distancia "Hernandarias". Bibliografía Complementaria Schlüter, R. y Winter, G. (1993). Aspectos psicológicos. El fenómeno turístico. Buenos Aires: Fundación Universidad a distancia "Hernandarias".</p>
13	Primer Parcial	Repaso y Consultas	Sin bibliografía

14 a 18	Unidad IV	Identificación y análisis de los efectos que el turismo provoca sobre el territorio, el medioambiente y la sociedad	<p>Mc.INTOSH, ROBERT; GOELDNER, R. CHARLES; RITCHIE, J.R. BRENT (1999). Efectos económicos del turismo. En: Turismo, planeación, administración y perspectivas. (pp.337 – 357). Limusa, México.</p> <p>OEHMICHEN BAZÁN, CRISTINA (2009). Turismo y ciudades de orillas: el caso de Cancún, México. En: Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales. Vol I, N° 3. (s/pp). Hermosillo: Centro de Estudios de América del Norte</p> <p>SANCHO, AMPARO (1998). Impactos económicos del turismo. En: Introducción al Turismo. (pp. 215 - 227). Madrid: OMT. SANCHO, AMPARO (1998). Impactos socioculturales del turismo. En: Introducción al Turismo. (pp. 229 - 239). Madrid: OMT</p> <p>SANCHO, AMPARO (1998). Impactos medioambientales del turismo. En: Introducción al Turismo. (pp. 241 - 255). Madrid: OMT SANCHO, AMPARO (1998). Turismo sustentable. En: Introducción al Turismo. (pp. 257 - 274). Madrid: OMT</p> <p>WOOD, ROBERT (2000). Turismo de cruceros en el Caribe. La globalización en el mar. En: Annals of Tourism Research en Español. Vol 2. N° 1 (pp. 99-128). Palma de Mallorca: LABTUR, Universitat de les Illes Balears. Bibliografía Complementaria</p> <p>SANTANA, AGUSTÍN (2006). El impacto sociocultural del Turismo. En: Antropología y turismo. (pp. 90 – 104). Barcelona: Ariel.</p>
---------	-----------	---	---

19 a 22	Unidad V	Estudio del mercado turístico. Sus componentes y su funcionamiento.	<p>Bibliografía Obligatoria Altés Machín, C. (1997). La oferta. Marketing y turismo. (pp.33-55). Madrid: Síntesis. Cooper, C. et. Al (2005). Los factores determinantes y las previsiones para la demanda turística. El turismo. Teoría y práctica. (pp.157- 185). Madrid: Síntesis. Mc.Intosh, R.; GUPTA, S. (1999). La demanda turística. Turismo, planeación, administración y perspectivas. (pp.117 – 124). Méxicoaaa: Limusa. Mochón, F. (2008). La demanda, la oferta y los mercados turísticos. Economía y turismo. (pp.82-115). Madrid: McGraw-Hill. Mochón, F. (2008). Tipos de mercado y la empresa turística. Economía y turismo. (pp.116-137). Madrid: McGraw-Hill Montaner Montejano, J. (2005). El turismo y el mercado. La demanda y la oferta. El consumo turístico. Estructura del mercado turístico. (pp.102-104). Madrid: Síntesis. OEA – CICATUR (s/a). Metodología de inventario del patrimonio turístico. S/E. Sancho, A. (1998). Concepto y tipologías de la demanda turística. Introducción al Turismo. (pp. 59 -82). Madrid: OMT. Bibliografía Complementaria Bull, A. (1994). La economía de la demanda del turismo. La economía del sector turístico. (pp.41 -64). Madrid: Alianza.</p>
---------	----------	---	--

23 a 26	Unidad VI	Caracterización de los servicios turísticos. Diseño de productos turísticos. Identificación de sus componentes y niveles.	<p>Acerenza, M. (1986). Planificación y desarrollo del producto. Promoción turística. (pp. 20 - 23). México: Trillas.</p> <p>Acerenza, M. (1986). Diferencias entre el marketing turístico y el marketing de productos físicos. Promoción turística. (pp. 32 – 41). México: Trillas.</p> <p>Altes Machín, C. (1997): La oferta. Marketing y turismo. (pp.33-55). Madrid: Síntesis.</p> <p>Altes Machín, C. (1997): El producto. Marketing y turismo. (pp.115 -123). Madrid: Síntesis.</p> <p>Sancho, A. (1998).Introducción al marketing en la industria turística. Introducción al Turismo. (pp. 277 - 302). Madrid: OMT.</p> <p>Sancho, A. (1998).El marketing mix. Introducción al Turismo. (pp. 303 - 318). Madrid: OMT.</p> <p>Bibliografía Complementaria Przybylski, A. (1995). Productos y servicios turísticos. En: Marketing de servicios turísticos. (pp. 47 – 66). Buenos Aires: Surpass.</p>
27	Segundo Parcial	Repaso y Consultas	Sin bibliografía

28 a 31	Unidad VII	Análisis del sector público y su rol en la gestión y planificación del turismo.	<p>ACERENZA, Miguel Ángel. (2002). El turismo en la estructura administrativa del sector En: Administración del Turismo, Conceptualización y Organización. Vol. I. (pp. 224-238) Trillas, México. CAPANEGRA, Alejandro. (2010). El desarrollo turístico como estrategia política del Estado: de la política en turismo a la política turística. Argentina 1900-1975. En: 4° Congreso latinoamericano de investigación turística. Universidad de la República, 22-24 septiembre 2010, Montevideo.</p> <p>SANCHO, AMPARO (1998). Necesidad de intervención del estado en el mercado turístico. En: Introducción al Turismo (pp. 161-176) Madrid: OMT.</p> <p>REPÚBLICA ARGENTINA. (2005). Ley Nacional de Turismo N° 25.997 y Decreto Reglamentario N° 1297/06. (2010). Decreto Creación Ministerio de Turismo N° 919/10. (2011) Argentina. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable -Turismo 2020-. Ministerio de Turismo de la Nación, Buenos Aires</p> <p>TIERRA DEL FUEGO, ANTÁRTIDA E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR. (1993). Ley Provincial De Turismo N° 065/93, Decreto Reglamentario N° 2621/93 y Decreto 477/01.</p> <p>Bibliografía Complementaria: Mc.INTOSH, Robert y GUPTA, Shashikant. (2002). Cómo se organiza el turismo. En: Turismo, planeación, administración y perspectivas (pp. 307 – 359). Limusa, México.</p>
32	Cierre de conceptos	Organización de ponencias para el final	Sin bibliografía

7. BIBLIOGRAFIA DE LA ASIGNATURA

- ACERENZA, Miguel Ángel. (2009). Agencias de Viajes. Trillas, México.
(2011). Promoción Turística. Un enfoque metodológico Trillas, México.
(2002). Administración del Turismo, Conceptualización y Organización. 7Vol. I. Trillas, México.
- ALTES MACHIN, Carmen. (1993). Marketing y Turismo. Introducción al marketing de empresas y destinos turísticos. Editorial Síntesis, Madrid.
- ARGENTINA, MINISTERIO DE BIENESTAR SOCIAL, SECRETARÍA DE DEPORTES Y TURISMO, SUBSECRETARÍA DE TURISMO. (1977). El Turismo en la República Argentina, Documento de Trabajo. Buenos Aires.
- ARGENTINA. (2005a). Ley Nacional de Turismo N° 25.997 y Decreto Reglamentario N° 1297/06.
(2005b). Argentina. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable -Turismo 2016-. Secretaría de Turismo de la Nación, Buenos Aires.
- BERTONCELLO, Rodolfo.(2006) . Turismo, territorio y sociedad. El 'mapa turístico de la Argentina'. En : América Latina: cidade, campo e turismo. Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo. .
- BOULLON, ROBERTO (2002). Las Actividades Turísticas y Recreacionales, El hombre como protagonista. Trillas, México.
(2006). Planificación del Espacio Turístico. Trillas, México.
- BULL, Adrián (1994). La economía de la demanda del turismo. En: La economía del sector turístico. (pp.4 -64). Alianza. Madrid.
- CAPANEGRA, Alejandro. (2010). El desarrollo turístico como estrategia política del Estado: de la política en turismo a la política turística. Argentina 1900-1975. En: 4° Congreso latinoamericano de investigación turística. Universidad de la República, 22-24 septiembre 2010, Montevideo.
- CARDENAS TABARES, Fabio. (1986). Producto Turístico. Trillas, México.
(2010). Comercialización del Turismo. Determinación y Análisis de Mercados. Trillas, México.
(2007). La segmentación del Mercado Turístico, Comercialización y venta. Trillas, México.
- COOPER, CHRIS; FLETCHER, JOHN; FYALL, ALAN; GILBERT, DAVID; WANHILL, STEPHEN (2005). El turismo. Teoría y práctica. Síntesis. Madrid
- GARCÍA-MAS, Alexandre y GARCÍA-MAS, Assumpta. (2005). La Mente del viajero. Características psicológicas de viajeros y turistas. Thomson Paraninfo, Madrid.
- IGARZA, Roberto (2009). Burbujas de Ocio: nuevas formas de consumo cultural. La Crujía, Buenos Aires

KOTLER, Philip; BOWEN, John y MAKENS, James C. (2005) Marketing del turismo. Pearson - Prentice Hall, Madrid.

LEVIS, Diego (2005).El tiempo atrapado: hacia la mercantilización del tiempo libre. En: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/ar/>

MATHIESON, Alister y WALL, Geoffrey. (1990). Turismo, Repercusiones económicas, físicas y sociales. Trillas, México.

Mc.INTOSH, Robert y GUPTA, Shashikant. (2002). Turismo, planeación, administración y perspectivas. Limusa, México.

MINISTERIO DE TURISMO Y DEPORTES DEL URUGUAY. (2009) Manual práctico para la creación y estructuración de Productos Turísticos. Ministerio de Turismo y Deportes del Uruguay: Montevideo.Disponible en [http://www.innovaturismo.gub.uy/index.php/caja-de-herramientas/ otros-documentos](http://www.innovaturismo.gub.uy/index.php/caja-de-herramientas/otros-documentos)

MOCHON, FRANCISCO (2008). Economía y turismo. McGraw-Hill. Madrid.

MOLINA, Sergio (2000). El posturismo. De los centros turísticos industriales a la ludópolis. Editorial Tesis Económicas Profesionales, México

MONTEJANO, Jordi M. (1996). Estructura del Mercado Turístico. Editorial Síntesis, Madrid. (2002). Psicología del Turismo. Editorial Síntesis, Madrid.

MUNNE, Frederic. (1990). Psicología del Tiempo Libre. Trillas, México.

NAVARRO, Diego (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: Conceptualización, clasificación y valoración. En: Cuadernos de Turismo N° 35 (pp. 335 -357). Murcia: Universidad de Murcia.

OEHMICHEN BAZÁN, Cristina. (2009): Turismo y ciudades de orilla: El caso Cancún, México. En: Revista de arquitectura, urbanismo y ciencias sociales. Centro de estudios de América del Norte. El Colegio de Sonora. México.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. (1998). Introducción al turismo. Madrid.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1999) Guía Para Administradores Locales: Desarrollo Turístico Sostenible. Organización Mundial del Turismo. Madrid

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2005) Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guía Práctica, Madrid

ORGANIZACIÓN DE ESTADOS AMERICANOS, C.I.C.A.T.U.R. (s/f). Metodología de Inventario Turístico. Primer Curso Interamericano de Planificación del Desarrollo Turístico, Planificación

Física y Programación de Actividades Turísticas, Explotación de Recursos y Programación de Actividades Turísticas, Documento N° 3/005.

PRZYBYLSKI, Alejandro (1995). Marketing de servicios turísticos. Surpass. Buenos Aires.

SAN MARTÍN GARCÍA, Jesús Emilio. (1997). Psicología del ocio y el turismo. Ediciones Aljibe, Málaga.

SANTANA, Agustín. (1997). Antropología y turismo ¿Nuevas hordas, viejas culturas? Editorial Ariel, Barcelona.

SCHLUTER, Regina G. y WINTER, Gabriel. (1993). El Fenómeno Turístico, Reflexiones desde una perspectiva integradora. Fundación Universidad a Distancia "Hernandarias", Buenos Aires.

TIERRA DEL FUEGO, ANTÁRTIDA E ISLAS DEL ATLÁNTICO SUR. (1993) Ley Provincial de Turismo N° O65/93, Decreto Reglamentario N° 2621/93 y Decreto 477/01.

TORRE, Juan Carlos y PASTORIZA, Elisa (2002): La democratización del bienestar, en Juan Carlos Torre, Director, Los años peronistas (1943-1955). En: Nueva Historia Argentina, volumen 8, Sudamericana. Buenos Aires.

VEREDA, Marisol. (2010). Metodología de relevamiento de recursos susceptibles de uso turístico y servicios turísticos en espacios naturales. Dossier N° 1, Práctica Profesional I, Departamento Turismo, FHCS, UNPSJB.

VERA, J. Fernando; LÓPEZ PALOMEQUE, Francisco; MARCHENA, Manuel J. y ANTON, Salvador. (1997). Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo. Editorial Ariel, Barcelona.

WALLINGRE, Noemí (2007). Historia del Turismo Argentino. Ediciones Turísticas, Buenos Aires.

WOOD, Robert. (2005). Turismo de cruceros en el Caribe. La globalización en el mar. En: <http://www.noalhomeport.com/Estudios/CrucerosCaribe.htm>

Firma del docente-investigador responsable

VISADO		
COORDINADOR DE LA CARRERA	DIRECTOR DEL INSTITUTO	SECRETARIO ACADEMICO UNTDF
Fecha :	Fecha :	