

CÓDIGO DEL PROGRAMA					
Tipo de Curso	Plan	Orientación	Área	Asignatura	Año

A.N.E.P.

CONSEJO DE EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL.

EDUCACIÓN MEDIA TECNOLÓGICA.

ORIENTACIÓN: TURISMO.

ASIGNATURA

PLANEAMIENTO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Tercer año: 3 horas semanales

Plan 2004

FUNDAMENTACIÓN

Esta asignatura viene a llenar el vacío curricular del Primer Plan del Bachillerato tecnológico en Organización Y Promoción de Turismo del año 1999, donde, si bien se establecía la obligatoriedad de la realización de un proyecto tecnológico para aprobar el tercer año, no se incluía ninguna asignatura específica para su planificación y seguimiento.

La responsabilidad quedaba situada en el colectivo docente, en el espacio de la coordinación pero. la experiencia desde el año 2001 – primer tercer año del bachillerato - fue, la sustitución del proyecto turístico por un proyecto de la asignatura Gestión Empresarial, que extendía al área Turismo, la experiencia adquirida en el área Administración.

El objetivo que persigue este Taller es que los alumnos participen en el diseño de un proyecto donde se integren y sinteticen los conocimientos y competencias adquiridos durante el trayecto de la Educación Media Superior, La sugerencia es “pensarlo como viable” en el mundo real.

Se persigue el estímulo del trabajo en equipo, la creatividad, la autonomía y la investigación para el estudio de factibilidad.

Si bien esta asignatura tendrá la responsabilidad de la propuesta y seguimiento del proyecto, para su concreción, requiere el compromiso de todos los docentes del Bachillerato Tecnológico en Turismo, aún los de las asignaturas ubicadas en los años anteriores.

El Producto Turístico está conformado por un conjunto de bienes y servicios individuales debidamente articulados en una oferta territorial que debe brindar una experiencia satisfactoria a los visitantes e involucrar a la comunidad local en su planificación y en sus beneficios.

Esa Oferta territorial es más rica y demandada cuanto más diversificada se presente, lo cual se traduce en la amplia gama de “ posibles proyectos turísticos”, no circunscriptos exclusivamente al mundo empresarial.

A manera de ejemplo se pueden incluir proyectos de Recreación, de Desarrollo local, de investigación de demanda, de creación de un portal turístico, de recuperar la memoria e identidad de una comunidad, de estudios de impacto ambiental y socio - cultural, o de análisis antropológico del relacionamiento turista/ residente, etc.- Para todos ellos, es necesario el concurso de todas las asignaturas, cumpliendo el profesor de Planificación de Actividades Turísticas el rol de gestor y articulador en la construcción del conocimiento y del seguimiento de los pasos del proyecto.

La currícula del Taller en Planificación de Actividades Turísticas está distribuida en dos partes. La primera es una Introducción metodológica donde se

conocerán los instrumentos teóricos que permitan a los alumnos seleccionar y formular los proyectos. Está integrada por la unidad Metodología de Diseño de Proyectos.

La segunda y más extensa, se centrará en el despliegue de los Proyectos seleccionados por cada uno de los equipos, su seguimiento y la inclusión de las unidades de Calidad total y marketing turístico que se desarrollarán paralelamente y aplicadas a las peculiaridades de cada proyecto.

La puesta en ejecución del Taller en el marco del Bachillerato Tecnológico por competencias, conlleva modificaciones en la concepción y dinámica de los centros educativos y de la labor de aula que 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.

El éxito del proyecto no se circunscribe al interior del aula sino que supone la existencia de Escuelas Técnicas no burocráticas, de un equipo docente – administrativo que cree nuevas condiciones de trabajo que faciliten este proceso de cambio.

“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”. (1)

“ 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” (2)

EJES VERTEBRADORES

A lo largo de este bachillerato el estudiante ha tomado contacto, analizado y propuesto alternativas a la actividad turística en el ámbito mundial, nacional y local, tanto en Teoría del Turismo II, como en el resto de las materias.

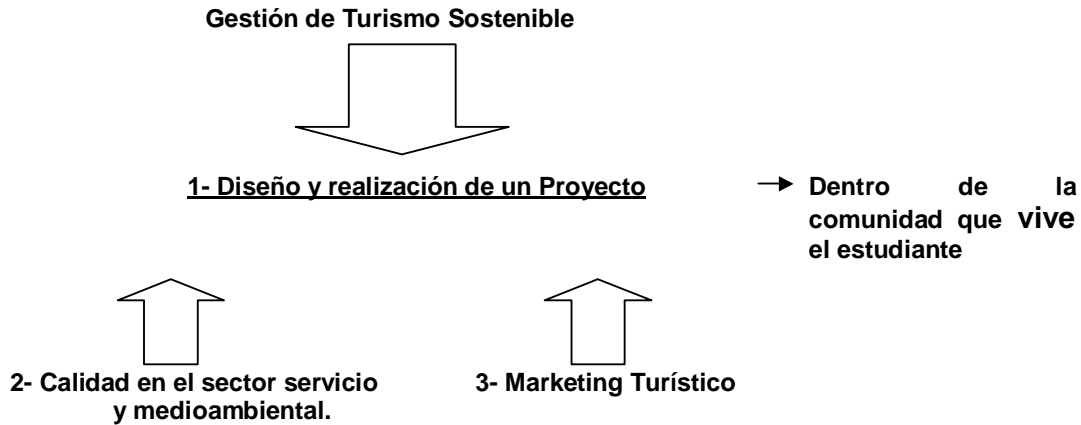
Los casos estudiados lo han acercado a errores, fracasos así como a éxitos en el fenómeno turístico, medio dinamizador para la comunidad local en la que se desarrolla.

El turismo como cualquier otra actividad del hombre debería de estar enmarcada en una gestión sostenible. En este sentido, el propósito de esta materia es la puesta en práctica del turismo sostenible mediante el diseño y realización en forma colectiva de un proyecto turístico, como un medio para completar y sintetizar las competencias buscadas por este bachillerato; dentro

1).- Tedesco J.C., “Los cambio curriculares en la educación media. Aportes para la reflexión”, ANEP. CODICEN, 1996.
2).- Braslavsky, C. , “La educación secundaria. ¿Cambio o inmutabilidad?”, Editorial Santillana, Argentina.

de un marco teórico que considere tanto la Calidad en el servicio como la medio ambiental, además de la utilización de las Técnicas de Marketing que deberán de ser aplicadas para la realización del citado proyecto.

Por lo tanto, las áreas temáticas que comprende son:



Que se vinculan a través de los siguientes ejes vertebradores:

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

COMPETENCIAS

- Investigar.
- Integrar conocimientos para reestructurarlos en situaciones nuevas.
- Analizar críticamente la Información
- Incluir la variable “conflicto” entre los diversos sectores del Sistema en la instancia de proyección y planificación de las actividades turísticas.
- 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.
- Analizar críticamente el desarrollo turístico de la región y del país.
- Tener la capacidad de realizar la transferencia del conocimiento de manera de reestructurarlo en la realización de un proyecto integrador y sintetizador.
- Realizar de manera creativa y como fruto del manejo de capacidades adquiridas el proyecto tecnológico turístico.

PRIMERA PARTE : INTRODUCCIÓN A LA FORMULACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS

Teniendo en cuenta que los alumnos que ingresan al tercer año han incursionado de manera incipiente en un trabajo interdisciplinario y por equipos, especialmente practicado en las salidas didácticas, es necesario realizar una

Introducción que los aproxime a los fundamentos teóricos del diseño de proyectos.

Internalizados los mismos en los alumnos, éstos estarán en condiciones de configurar equipos, realizar la elección y formulación de sus proyectos para el logro de las competencias planteados.

La primer parte del Programa está integrada exclusivamente por la Unidad Metodología para el diseño de Proyectos Turísticos, es fundamentalmente teórica y está sustentada por el docente en su rol de orientador y articulador.

Unidad I : Metodología para el diseño de Proyectos Turísticos

Propósito Clave (objetivo): A partir del conocimiento de técnicas metodológicas de investigación, los alumnos serán capaces de realizar el diseño de un proyecto integrador y sintetizador de los conocimientos y competencias adquiridas en el trayecto de la Educación Media Tecnológica.

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

SEGUNDA PARTE: DESARROLLO DEL PROYECTO

En esta segunda parte se inicia la metodología de Taller. Como se analizaba en la fundamentación, esto supone modificaciones en la concepción y dinámica

de la labor de aula situando el eje didáctico en la actividad de los alumnos integrados en equipos, mientras el docente desempeña el rol de impulsor y articulador del conocimiento. En esta segunda fase se incluyen las Unidades II y III.

El docente deberá planificar la actividad del Taller teniendo en cuenta por un lado el Cronograma de entregas de los equipos y por el otro, el desarrollo en forma paralela de las mencionadas unidades.

La vinculación de la Unidad II con el diseño del Proyecto se enmarca en el Turismo Sostenible y relacionado con éste, se introduce al alumno en la problemática de la Calidad en el Sector, tanto desde la mirada de la excelencia de los servicios - normas ISO 9000- como desde el punto de vista de la calidad medioambiental – ISO 14001.

La Unidad III - Marketing Turístico - es esencial en la planificación de los recursos para satisfacer las necesidades de la demanda, ser eficaces y eficientes en la actividad, conocer las propuestas de la competencia, y, en fin posicionar la empresa, la localidad o el país en el mercado.

Unidad 2 : La Calidad total en Turismo

Propósito Clave (objetivo): Ante las exigencias crecientes de la demanda turística, conciliar la excelencia de los servicios con la sustentabilidad de los destinos turísticos, analizando los desarrollos ambientales y empresariales a partir del cumplimiento de la normativa internacional. Normas ISO 9004 y 14001

Competencias	Contenidos	Actividades
<p>Valorar la excelencia como una forma de evitar el declive de un destino turístico.</p> <p>Asociar la relación entre la gestión de cada servicio en el Producto Turístico y la imagen del destino turístico, región o país.</p> <p>Reconocer la importancia del Factor Humano en la gestión de calidad.</p> <p>Apreciar la aplicación del concepto de sostenibilidad en las normativas internacionales de Certificación de Calidad Ambiental.</p> <p>Comparar la valoración e instrumentación del cuidado de la calidad y del ambiente en diferentes destinos turísticos internacionales.</p> <p>Comunicar y promover el cuidado del Ambiente.</p>	<p>Servicio: concepto y características en el Sector Turismo.</p> <p>El Factor Humano. El rol del usuario /cliente.</p> <p>Calidad: concepto y tipología.</p> <p>La Calidad en Turismo.</p> <p>TQM: Gestión de Calidad Total. Fases.</p> <p>Experiencia internacional en calidad total.</p> <p>Aplicación de las Normas ISO 9004 en los Servicios Turísticos.</p> <p>Inclusión del Ambiente en la Calidad: Normas de Certificación de Calidad Ambiental ISO 14001. Objetivos</p>	<p>Visita a hoteles y empresas certificadas en calidad y Ambiente.</p> <p>Visita al LATU</p> <p>Invitación a expertos y autoridades de instituciones públicas y privadas relacionadas con el tema de la Calidad y el cuidado del Ambiente.</p> <p>Visitas a sitios web específicos como</p> <p>www.mma.es</p> <p>www.europe.eu.int/</p> <p>www.hotelmajestic.es</p> <p>www.calvia.com</p> <p>Proyección de videos y mesas redondas sobre temas ambientales.</p>

Unidad 3 : Marketing Turístico

Propósito Clave (Objetivo) : A partir del conocimiento de los elementos constitutivos del Sistema Turístico apreciar el rol del marketing como instrumento para lograr la creación y comercialización de productos turísticos en el marco de la sostenibilidad.

Competencias	Contenidos	Actividades
<p>Estimular la creatividad para generar respuestas innovadoras ante situaciones- problema u oportunidades.</p> <p>Desarrollar habilidades para la investigación</p> <p>Incorporar y valorar al cliente/ usuario como integrante de la organización y /o centro o región turística.</p> <p>Desarrollar la metodología del trabajo en equipo.</p> <p>Reconocer al Marketing como herramienta para planificar exitosamente.</p> <p>Incorporar el Marketing territorial como una estrategia para la investigación, promoción y planificación turísticas.</p>	<p>Concepto de Marketing. Componentes.</p> <p>Características del Marketing de bienes y servicios.</p> <p>Marketing turístico:</p> <p>1.- Marketing estratégico: Segmentación Selección del público Posicionamiento.</p> <p>2.- Marketing operativo Las 4 P: plaza, precio, producto, promoción.</p> <p>3.- Marketing territorial Concepto. Funciones. Objetivo: promoción del territorio para lograr la competitividad económica, la cohesión social y la sostenibilidad ambiental.</p>	<p>Consultar la bibliografía indicada</p> <p>Invitar a expertos a clase.</p> <p>Visitar consultorías de marketing</p> <p>Analizar críticamente la folletería de Sitios turísticos, equipamientos, etc.</p> <p>Visitar sitios web de manera de visualizar imagen, marca y promoción de productos turísticos.</p> <p>Exhibición de videos.</p> <p>Trabajo de taller aplicando el marketing territorial al ámbito local.</p>

SUGERENCIAS METODOLÓGICAS

El proyecto es de inserción en la zona aledaña a la Escuela 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 y que el Bachillerato aporte sugerencias a la comunidad local. 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, participación de los docentes de otras asignaturas implicadas y controlar la devolución de las planillas de seguimiento con las revisiones.

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

La elección se realiza durante la primer unidad que introduce al alumno en el concepto de proyecto, sus particularidades y su metodología.

Para la concreción del Proyecto es imprescindible coordinar con Gestión empresarial turística, Contabilidad y Matemáticas a la hora de calcular costos, llevar la contabilidad y comercializar los productos si el proyecto lo necesita..

Los aportes de Geografía Turística, Historia de la Cultura, Ecología (de 2º año) Informática ,Legislación turística, Sociología y Taller de Recreación son fundamentales en la integración del conocimiento y son insumos que tendrán mayor o menor incidencia según el proyecto elegido.

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

Parte I :	Introducción a la Formulación de Proyectos Turísticos	
Unidad I	Metodología para el diseño de Proyectos Turísticos	20 horas
Parte II	Desarrollo del Proyecto Turístico	
Unidad 2	Calidad Total en turismo	9 horas
Unidad 3	Marketing Turístico	12 horas
	Monitoreo del Proyecto Turístico	55 horas
Total:		96 horas

Luego de dada la primer parte, los equipos iniciarán este proceso y transitarán las diferentes etapas con el correspondiente seguimiento del profesor de taller y los docentes de las asignaturas del Espacio Curricular Tecnológico. Simultáneamente y con un enfoque teórico- práctico se integrarán los contenidos y competencias de las Unidades 2 y 3 de la Segunda parte.

EVALUACIÓN

La evaluación se realizará a través de los Informes de Avances 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.

APOYOS NECESARIOS

La resolución del Proyecto Tecnológico es la instancia de verdad de la adquisición de las competencias que están explicitadas en el Perfil de Egreso. Para alcanzar este objetivo se debe poder acceder al soporte material imprescindible para llevar adelante esta experiencia educativa. Este incluye medios de movilidad para acercar al estudiante al mundo laboral, para realizar jornadas de intercambio entre estudiantes del mismo bachillerato de diversas localidades del país de manera de transmitir experiencias e integrar esta oferta educativa.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL PARA DOCENTES

1. Acosta, Blanca, y Camors, Jorge, "Formulación, diseño y evaluación de proyectos. Guía práctica para educadores sociales", Iname, Centro de Información y estudios, Primera Edición, Montevideo, 2003.
2. ANCAP : Guía Turística URUGUAY Montevideo. 2000.
3. Antar: Deloitte y Touche Consultora, "Sistemas de manuales de producto y normas de autorregulación ", Proyecto: Rutas del vino de España, Pág. 314-330.
4. Barrios Pintos, A – Reyes Abadie, W - Col. Los Barrios de Montevideo. IMM
5. Boullón, Roberto: Las formas del turismo y la recreación: Ed. Trillas México
6. Boullón, R.- Planificación del Espacio turístico. Ed. Trillas México
7. Boullón, Roberto: Ecoturismo y Sistemas Naturales y urbanos.
8. Boullón, Roberto: Calidad Turística. Ediciones Turísticas. Bs. Aires. 2003.
9. Boullón, Roberto, Proyectos Turísticos. Ediciones Turísticas. Bs. As 2002.
10. Bull, Adrián – La economía del sector turístico. Ed. Alianza – España.
11. Campagna Caballero, Ernesto, "Metodología de proyectos de investigación. Método de planificación y ejecución en CC.SS, Derecho y Educación", FCU.
12. Cárdenas, Fabio (1999), Formulación de Proyectos Turísticos, Trillas, México.

-
13. Caroli, Matteo, G, "Il Marketing Territoriale", Editorial Franco Angeli Milano, 1999, Cap. 1 y 2, Traducción: Ana Salom.
 14. Cevallos Lascuráin, Héctor – Ecoturismo, Naturaleza y Desarrollo Sostenible. Ed. Diana, México-1998.
 15. Chan, Elida: Circuitos turísticos. Programación y cotización. Buenos Aires. Argentina.
 16. CIET : Estudios y perspectivas en turismo. Buenos Aires 2001
 17. Col Los Departamentos- Coordinadora Gloria Galván. Ed. Fin de Siglo. 1998
 18. Col. Los Departamentos. Ed. Nuestra Tierra. 1970.
 19. Cisa Rodríguez, Agustín, "Introducción a los métodos y técnicas de investigación social", FCU, Montevideo, 1995.
 20. EL Observador: VIVA URUGUAY.
 21. Guía Urbanística y Arquitectónica de Montevideo. IMM/ Junta de Andalucía.
 22. Guitelman, Jorge, "Artesanos del buen trato. Nuevos trabajadores del turismo", CIC, Año 7, N°1, Bs. Aires, 1997.
 23. Hernández Díaz, Edgar (1997), Proyectos Turísticos. Formulación y Evaluación, Trillas, México, Cap. 1 "Generación de proyectos y programas turísticos".
 24. Iglesias, J. Ramón (1998), Comercialización de productos y servicios turísticos, Editorial Síntesis, Madrid, Cap. 3 " Técnicas de Investigación y de tratamiento de la información".
 25. Lickorish, L – Jefferson, A - Bodlender, J – Jenkins, C . Desarrollo de destinos turísticos. Ed. Diana México 1994
 26. Lanquar, R- L'économie du tourisme. PUF 1983.
 27. Molina, Sergio, "Turismo. Metodología para su planificación", Editorial Trillas 3ra Edición, México, 1997.
 28. Molina, Sergio, "Planificación integral del turismo. Un enfoque para su planificación", Editorial Trillas, México, 1997.
 29. Montaner, Jordi – Estructura del Mercado turístico. Ed. Síntesis. Barcelona.
 30. Negro, Giuseppe – Organizzare la Qualità nei Servizi. Il Sole 24 ore S.P.A. Milano. Italia, 2001.
 31. OMT (2003), Recomendaciones a los gobiernos para el apoyo y la creación de sistemas nacionales de certificación de sostenibilidad en turismo, Documento OMT, Madrid.
 32. OMT(1995), Educando educadores en turismo, s.e, España, Cap. 10 "Reflexión metodológica sobre la investigación en turismo", Cap. 11 "Etapas en el proceso de investigación".
 33. OMT, Sancho, Amparo – Introducción al Turismo- OMT Madrid- España.
 34. Prats, Llorena- Antropología y patrimonio. Ed. Ariel. Barcelona 1997
 35. Probidés – Guía Ecoturística de la Reserva de Biosfera Bañados del Este. 1999.
 36. Senlle, A. – Bravo, O.: ISO 9000 en la Práctica. La Calidad en el Sector Turístico. Ediciones Gestión 2000 S.A. España 1997.
 37. Schlüter, R.: Investigación en turismo y hotelería. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Argentina, 2000.
 38. Stolovich, Luis, y otros, "Calidad total. ¿Maquillaje o transformación real?", Editorial Ciedur.
 39. Trilbe, John La Economía del Turismo. Ed. Crítica. España. 2000.

40. Torrejón, Antonio Planificación Estratégica y Participativa. Org. Prov. De turismo Chubut. Argentina 1998/99.
41. Viñals, MJ.: Curso de Inventario y Evaluación de Recursos Turísticos. Centro Politécnico del Cono Sur, Colonia del sacramento, Uruguay, 1998.
42. Ficha: Caroli, Matteo G. (1999), Il Marketing Territoriale. Editorial Franco Angeli, Milano.- Capítulos 1 y 2.- Traducción: Prof. Ana Salom para uso Bachillerato Tecnológico en Turismo.
43. Ficha: “Calidad total en turismo” elaborado por Prof. Ana Salom
44. Ficha: Metodología del Inventario Turístico de la OEA/ Cicatur, elaborada por Prof. TUT Claudio Quintana.

BIBLIOGRAFÍA PARA LOS ALUMNOS POR UNIDAD

Unidad I.

- Acosta, Blanca, y Camors, Jorge, “Formulación, diseño y evaluación de proyectos. Guía práctica para educadores sociales”, Iname, Centro de Información y estudios, Primera Edición, Montevideo, 2003.
- Boullón, Roberto (sf), Proyectos Turísticos: Metodologías para acertar sin errores, Librerías turísticas, Argentina, Cap. 2 “Los proyectos Turísticos” y 3 “Identificación y Formulación”.
- Boullón, Roberto (1997), Planificación del espacio turístico. Editorial Trillas, México.
- Bull, A.: La economía del sector turístico. Ed. Alianza Economía, Madrid, 1991.
- Cárdenas, Fabio (1999), Formulación de Proyectos Turísticos, Trillas, México.
- Campagna Caballero, Ernesto, “Metodología de proyectos de investigación. Método de planificación y ejecución en CC.SS, Derecho y Educación”, FCU.
- Hernández Díaz, Edgar (1997), Proyectos Turísticos. Formulación y Evaluación, Trillas, México, Cap. 1 “Generación de proyectos y programas turísticos”.
- Iglesias, J. Ramón (1998), Comercialización de productos y servicios turísticos, Editorial Síntesis, Madrid, Cap. 3 “ Técnicas de Investigación y de tratamiento de la información”.
- OMT(1995), Educando educadores en turismo, s.e, España, Cap. 10 “Reflexión metodológica sobre la investigación en turismo”, Cap. 11 “Etapas en el proceso de investigación”.
- Schlüter, R.: Investigación en turismo y hotelería. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Argentina, 2000.
- Torrejón, Antonio Planificación Estratégica y Participativa. Org. Prov. De turismo Chubut. Argentina 1998/99.
- Viñals, MJ.: Curso de Inventario y Evaluación de Recursos Turísticos. Centro Politécnico del Cono Sur, Colonia del sacramento, Uruguay, 1998.
- Ficha: Metodología del Inventario Turístico de la OEA/ Cicatur, elaborada por Prof. TUT Claudio Quintana.

Unidad II.

- Antar: Deloitte y Touche Consultora, “Sistemas de manuales de producto y normas de autorregulación “, Proyecto: Rutas del vino de España, Pág. 314-330.
- Boullón, Roberto – Calidad Turística en la pequeña y mediana empresa. Ediciones Turísticas. Buenos Aires. Argentina 2003.
- Sancho, Amparo y otros : Introducción al Turismo. Manual O.M.T. Madrid. España 1998, Capítulo 18
- Negro, Giuseppe – Organizzare la Qualità nei Servizi. Il Sole 24 ore S.P.A. Milano. Italia, 2001.
- OMT (2003), Recomendaciones a los gobiernos para el apoyo y la creación de sistemas nacionales de certificación de sostenibilidad en turismo, Documento OMT, Madrid.
- Senlle, Andrés – Bravo, Orlando : ISO 9000. La Calidad en el Sector Turístico. Ediciones Gestión 2000 S.A. Barcelona España 1996.
- Stolovich, Luis, y otros, “Calidad total. ¿Maquillaje o transformación real?”, Editorial Ciedur.
- Ficha: “Calidad total en turismo” elaborado por Prof. Ana Salom

Unidad III.

- Boullón, Roberto (1998), Marketing Turístico, Librerías Turísticas, Argentina, Cap. 15 y 16.
- Iglesias, J. Ramón (1998), Comercialización de productos y servicios turísticos, Editorial Sintesis, Madrid, Cap. 1, 7-11.
- OMT (1998), Introducción al Turismo, Organización Mundial del Turismo, Madrid, Unidades 15 y 16.
- Ficha: Caroli, Matteo G. (1999), Il Marketing Territoriale. Editorial Franco Angeli, Milano.- Capítulos 1 y 2.- Traducción: Prof. Ana Salom para uso Bachillerato Tecnológico en Turismo.