



Expte.FCA-1053932-21

ESPERANZA, 9 de agosto de 2021

VISTA estas actuaciones en las que la Mgs. María Isabel CATIGNANI eleva la Planificación 2021 de la asignatura optativa “Turismo en el espacio rural”, correspondiente a la carrera de Ingeniería Agronómica de esta Facultad,

CONSIDERANDO

QUE cuenta con el aval del Departamento de Ciencias Sociales y el informe técnico realizado por la Dirección de la Carrera de Ingeniería Agronómica,

QUE la presente se ajusta a lo dispuesto en los artículos 11° a 13° del Reglamento de la carrera de Grado de la Facultad aprobado por Res de Decano n° 449/13,

POR ELLO y teniendo en cuenta lo aconsejado por la Comisión de Enseñanza, como así también lo acordado en sesión ordinaria del día 7 de junio del año en curso,

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º: Aprobar la Planificación 2021 de la asignatura optativa “Turismo en el espacio rural” de la carrera de Ingeniería Agronómica de esta Facultad, que como anexo forma parte integrante de la presente.

ARTICULO 2º: Inscribase, comuníquese. Notifíquese a la responsable de la asignatura, al Director de Carrera de Ingeniería Agronómica y a la Directora del Departamento de Ciencias Sociales. Cumplido archívese.

RESOLUCIÓN “C.D.” n° 312



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1053932-21_312** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.



ANEXO Res. CD nº 312/21

PLANIFICACION DE ASIGNATURA

AÑO ACADÉMICO 2021

Asignatura: TURISMO EN EL ESPACIO RURAL

Carga Horaria Total: 50 horas

a) Objetivos del aprendizaje

Para la carrera de Ingeniería Agronómica, los objetivos de aprendizaje y contenidos mínimos de la asignatura según el Plan de Estudio vigente son los que siguen:

- Descubrir en el turismo rural una alternativa innovadora, con potencial de mejorar el desempeño de la empresa, generar empleo para los miembros de la familia, y establecer relaciones sinérgicas con otras empresas, contribuyendo a mejorar la competitividad de la empresa y la dinámica económica del territorio.
- Comprender los principios que ordenan el turismo en el ambiente rural como instrumento de desarrollo integrado y sostenible.
- Identificar los recursos y atractivos del ambiente rural de interés para el desarrollo de actividades turísticas.
- Diseñar un plan de negocios para la creación de una empresa de turismo en el espacio rural o como estrategia de diversificación para una empresa agropecuaria o para el desarrollo de redes o asociaciones de turismo en un área rural .
- Desarrollar una visión integrada que ayuda a comprender como funcionan los distintos componentes del negocio, el funcionamiento de la actividad y sus relaciones.
- Mejorar y autoevaluar su capacidad emprendedora.
- Utilizar los conceptos y terminología específico de la asignatura con propiedad.
- Acceder y seleccionar fuentes de información y bibliografía especializada.

b) Contenidos:

b.1. Programa analítico



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1053932-21_312** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.



Unidad 1: El turismo y la multifuncionalidad del espacio rural.

Introducción al Turismo Rural. La Nueva economía rural. El uso múltiple del espacio rural. Oportunidades que ofrece la moderna agricultura. Conceptos sobre Turismo Rural. Turismo Rural y desarrollo local. Fundamentos de las políticas de apoyo al turismo rural. El turismo rural en el mundo y en Argentina: historia, actualidad, proyección.

Unidad 2: Los recursos, los servicios y el producto turístico.

Categorización, identificación y evaluación de los recursos. Servicios. Producto turístico. La actividad turística: componentes. El Turista. La motivación turística. Modalidades del turismo. Impactos del turismo. El turismo en el espacio rural: modalidades.

Unidad 3: Generación del modelo de negocios y desarrollo del plan

3.1. De la idea al negocio: Definición del modelo de negocio. Visión. Misión. Valores. Modelo Canvas para la descripción, análisis y diseño de modelos de negocio. Los nueve módulos del lienzo.

3.2. ¿Que valoran los clientes? Módulo 1- SM: Segmentos de mercado. Identificación de públicos objetivos. Propuesta de posicionamiento respecto a la competencia. Módulo 2-PV: Propuestas de valor. Productos y servicios que crean valor para el segmento de mercado definido previamente. Identificación de las necesidades o carencias a cubrir y problemas a resolver.

3.3. Conectar con el cliente: Módulo 3-C: Canales. Tipos de canales y fases para llegar a los clientes del segmento de mercado definido. Canales de Comercialización. Módulo 4-RCI: Relaciones con los clientes. Diferentes tipos de relaciones con los clientes: Captación de clientes, fidelización y estimulación de las ventas. Canales de Comunicación.

3.4. ¿Cómo conseguir ingresos? Módulo 5-FI: Fuentes de ingreso. Tipos diferentes de fuentes de ingreso. Mecanismos de Fijación de Precio. Flujo de caja: Previsión de ventas. Módulo 6-AC: Actividades clave. Diseño y programación de las acciones necesarias que el modelo de negocio tenga éxito. Actividades relacionadas con la producción, con la solución implementación de soluciones (servicios) que respondan a necesidades del cliente y aquellas vinculadas a plataformas y redes.

3.5. ¿Cuánto dinero costará? Módulo 7-RC: Recursos clave. Recursos físicos, económicos, intelectuales o humanos necesarios para crear u ofrecer una propuesta de valor. El emprendedor turístico: motivación y capacidad empresarial. Los recursos humanos: selección, capacitación. Diseño y configuraciones estructurales. Organigrama.



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1053932-21_312** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.



Expte.FCA-1053932-21

Módulo 8-AsC: Asociaciones clave. Red de proveedores y socios que contribuyen al funcionamiento de un modelo de negocio. Tipos de asociaciones.

Módulo 9-EC: Estructura de costos. Tipos de costos implicados en el modelo de negocio. Flujo de caja. Previsión de costos. Comparación de ingresos y costos. Punto de equilibrio. Análisis de sensibilidad.

b.2. Programa de trabajos prácticos

Este programa consta de los siguientes trabajos prácticos:

Trabajo Práctico N° 1: Modalidades del Turismo Rural

Trabajo Práctico N° 2: Los recursos, los servicios y el producto turístico

Trabajo Práctico N° 3: De la idea al negocio.

Trabajo Práctico N° 4: ¿Qué valoran los clientes? Módulos SM y PV

Trabajo Práctico N° 5: Conectar con el cliente. Módulos RCI y C

Trabajo Práctico N° 6: ¿Cómo conseguir ingresos? Módulos FI y AC

Trabajo Práctico N° 7: ¿Cuánto dinero costará? Módulos RC – AsC y EC

c) Bibliografía básica y complementaria recomendada.

c.1. Bibliografía básica

Barrera, E. 2009. Desarrollo de productos turísticos rurales. Material didáctico del Núcleo 1, Módulo 3. Posgrado en Alta Dirección en Turismo Rural, Facultad de Agronomía, Universidad de Buenos Aires. 52 p.

Blanco M, M. 2008. Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio. Costa Rica, IICA. 45 p.

García Henche, B. 2005. Características diferenciales del producto turismo rural. Cuadernos de Turismo 15: 113-133.

IRAM-SECTUR. 2009. Norma Argentina Alojamiento rural. Sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente. Requisitos generales. IRAM-SECTUR 42250. Buenos Aires. 32 p.

Osterwalder, A; Pigneur, Y. 2011. Generación de modelos de negocio. Grupo Planeta, Av. Diagonal, 662-664, 08034 Barcelona (España). ISBN: 978-84-234-2841-0 (PDF)

c.2. Complementaria recomendada

Barrera, E.; R. Muñoz. 2003. Manual de turismo rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales. FIDA, PROMER. Chile. 99 p.

D'Angelo, C. 2002. Turismo Rural en el contexto del uso múltiple del territorio. Ficha de cátedra 10p



Valide la firma de este documento digital con el código RDCD_FCA-1053932-21_312
accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019
y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.



Expte.FCA-1053932-21

Sancho, A. y colaboradores. 1997. Introducción al Turismo. Organización Internacional de Turismo. 394p.

SECTUR. 2008. Organicemos las ideas. Manual para emprendedores turísticos 4. Buenos Aires, Secretaría de Turismo de la Nación. 90 p.

SECTUR. 2008. Nuevas modalidades de alojamiento 3. Buenos Aires, Secretaría de Turismo de la Nación. 80 p.

Solsona, J. 2000. Gestión de calidad en espacio turístico rural. Gestión Turística 5: 7-17.

Szmulewicz E. P. 2000. Calidad de recursos humanos para turismo rural sustentable. Gestión Turística 5: 19-30.

Travadelo, M. 2005. La organización en la empresa turística. Ficha de Cátedra 7 p.

Zimmer P., S. Grassmann, Y. Champetier, C. de Borchgrave, A. Hildwein-Scheele y J. Janot. 1996. Evaluar el potencial turístico de un territorio. Observatorio Europeo Leader. 43 p.

Guía para el desarrollo del Proyecto Turístico elaborada por los docentes de la asignatura.

Consulta dirigida en la Web.

d) Recursos humanos.

Docente Responsable de la asignatura:

- María Isabel Castignani: Prof. Titular. Dedicación Exclusiva. Ingeniera Agrónoma (Universidad Nacional del Litoral), Magíster en Economía Agraria (Pontificia Universidad Católica de Chile).

Cuerpo Docente:

- Marta Suero: Profesor Asociado. Dedicación Simple. Ingeniera Agrónoma (Universidad Nacional del Litoral), Master en Extensión Rural (Universidad Nacional del Litoral).

-María Cecilia Brizi: Jefe de trabajos prácticos. Dedicación Semi Exclusiva. Ingeniera Agrónoma, (Universidad Nacional del Litoral). Especialista en Docencia en Entornos Virtuales (Universidad Nacional de Quilmes).

- Mariela Maina: Jefe de trabajos prácticos. Dedicación Exclusiva. Ingeniera Agrónoma (Universidad Nacional del Litoral). Master en Administración de Empresas (Universidad Nacional del Litoral).

e) Cronograma por semana para el desarrollo de la asignatura bajo la modalidad virtual



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1053932-21_312** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.



Expte.FCA-1053932-21

Todas las actividades planteadas serán desarrolladas por el equipo docente. El cursado se desarrollará a lo largo de tres semanas y de manera virtual.

*Semanas sugeridas de cursado: del 5 al 23 de abril de 2021.

SEMANA DE DICTADO	TEMA	TRABAJO PRACTICO
1era	Unidad 1: El turismo y la multifuncionalidad del espacio rural.	N° 1
1era	Unidad 2: Los recursos, los servicios y el producto turístico.	N° 2
1era	Unidad 3: Generación del modelo de negocios y desarrollo del plan	
1era	3.1. De la idea al negocio	N° 3
2da	3.2. ¿Que valoran los clientes? Módulos SM y PV	N° 4
2da	3.3. Conectar con el cliente Módulos C y RCI	N° 5
2da	3.4. ¿Cómo conseguir ingresos? Módulos FI y AC	N° 6
3era	3.5. ¿Cuánto dinero costará? Módulos RC - AsC - EC	N° 7
3era	Evaluación integradora	



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1053932-21_312** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.



f) Estrategias de enseñanza-aprendizaje a emplear.

Se proponen las siguientes estrategias de intervención pedagógica para el cursado virtual, donde se contempla el desarrollo de conceptos teóricos y actividades prácticas:

De las clases:

- Para el desarrollo de los conceptos teóricos se trabajará con mapas conceptuales, exposición por parte de los docentes a través de videoconferencias, videos y links direccionados a sitios de interés (casos, entrevistas, etc). Esto se complementa con material de lectura.

De las actividades prácticas:

- Las actividades prácticas se encuentran vinculadas a los contenidos desarrollados previamente. Se realizarán en forma individual o grupal de acuerdo con el tema. Para llevarlas a cabo se hará uso de las diferentes actividades disponibles en el entorno virtual, como ser foros de debate, tareas, wiki, entre otras y de los recursos disponibles en línea (Web 2.0) del tipo pizarras colaborativas (padlet, SoundCloud, Voicethread, etc.). Además, se llevarán a cabo encuentros por videoconferencia (zoom, webex, entre otros) para revisar las resoluciones de las actividades, analizar diversos artículos de revistas especializadas que apliquen los conceptos vistos, a fin de afianzar la interpretación de los resultados y generación de un espacio de consultas.

Además, se invitará a actores del territorio (emprendedores, encargados del área de turismo en municipios o comunas rurales, agentes de INTA) vinculados al turismo rural para que nos compartan su experiencia.

- Actividad práctica integradora: A través de un caso de estudio, se planea una evaluación en la cual deberán resolver situaciones puntuales en las cuales el alumno deberá aplicar todo lo visto en el cursado, tanto en la parte teórica como práctica.

g) Tipo y número de evaluaciones parciales exigidas durante el cursado.



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1053932-21_312** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.



Expte.FCA-1053932-21

El desarrollo de la asignatura comprende dos tipos de evaluaciones, formativa y sumativa.

La evaluación formativa se realizará mediante trabajos prácticos grupales. Se contempla el uso de los recursos disponibles en la web 2.0 o en el entorno virtual:

- Tareas con la entrega de trabajos prácticos, herramientas colaborativas (wikis, pizarras colaborativas) a través del entorno virtual.

Además, se prevé la realización de exposiciones grupales para la evaluación de algunas actividades prácticas.

La evaluación sumativa comprende:

- Evaluación integradora: El objetivo de este trabajo es que los estudiantes logren aplicar de los contenidos de la asignatura en el análisis e interpretación de un estudio de caso que contemple el desarrollo de un modelo de negocios vinculado a la actividad turística.

h) Requisitos para el cursado

Tener regularizadas las siguientes asignaturas: Mercadeo Agroalimentario

i) Exigencias para obtener la regularidad o promoción parcial o total, incluyendo criterios de calificación.

i.1. Requisitos para regularizar:

- Para acceder a la condición de regular el alumno deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Asistencia a las actividades realizadas por videoconferencia.
- Participación en todas las actividades colaborativas.
- Todas las evaluaciones de actividades prácticas propuestas aprobadas.

i.2. Requisitos para promocionar:

- Para acceder a la condición de promoción el alumno deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Asistencia a las actividades previstas on line o por videoconferencia.
- Participación en todas las actividades colaborativas.
- Todas las evaluaciones de actividades prácticas propuestas aprobadas.
- Evaluación integradora aprobada con el 60%. Tendrá opción a recuperarla en caso de que no apruebe en la primera instancia.



Valide la firma de este documento digital con el código **RDCD_FCA-1053932-21_312** accediendo a <https://servicios.unl.edu.ar/firmadigital/>

*Este documento ha sido firmado digitalmente conforme Ley 25.506, Decreto reglamentario Nro. 182/2019 y a la Ordenanza Nro. 2/2017 de esta Universidad.



Expte.FCA-1053932-21

- El alumno que no haya completado los requisitos mencionados previamente quedará con la condición de libre.

j) Modalidad de los exámenes finales para alumnos regulares, libres y oyentes, incluyendo programa de examen si correspondiera.

j.1. Alumnos regulares

Este alumno deberá resolver a través del entorno un cuestionario semiestructurado elaborado sobre la base de los contenidos de la asignatura y de la Guía de Trabajos Prácticos y una vez aprobada esta instancia pasa a un examen oral.

En este caso, la calificación final de la asignatura se obtiene ponderando las instancias de evaluación de la siguiente manera:

Calificación del cuestionario 40 %
Calificación obtenida en la instancia oral..... 60 %

j.2. Alumnos libres y oyentes

En este caso deberá, 15 días antes de la fecha de examen, presentar por escrito, un trabajo integrador cuyas pautas serán entregadas por la cátedra. Si el trabajo está aprobado podrá acceder a rendir el examen que contempla la modalidad planteada para alumnos regulares.

En este caso, la calificación final de la asignatura se obtiene ponderando las instancias de evaluación de la siguiente manera:

Calificación del cuestionario..... 20 %
Calificación obtenida en la instancia oral..... 50 %
Calificación obtenida en el Trabajo..... 30 %

Se adopta un sistema de evaluación que combina diferentes instrumentos con la finalidad de lograr una mayor precisión en la evaluación, atendiendo a los distintos objetivos planteados por la Cátedra y brindando al alumno una variedad de oportunidades para que exprese los resultados, lo que permite arribar a la adjudicación de notas más confiables y representativas.

