



"PROGRAMA CICLO LECTIVO 2025"

Programa reconocido oficialmente por Resolución Nº 93/2023-D

Espacio curricular: Servicios Turísticos

Código (SIU-Guaraní): 15202

Departamento de Turismo

Ciclo lectivo: 2025

Carrera: Licenciatura en Turismo

Plan de Estudio: Ord. nº 10/2015-C.D.

Formato curricular: Teórico Práctico

Carácter del espacio curricular: Obligatorio

Ubicación curricular: Área de Turismo y Gestión

Año de cursado: 2

Cuatrimestre: 1

Carga horaria total: 70

Carga horaria semanal: 5

Créditos: 0

Equipo de Cátedra:

- Profesor Titular CASANOVA Lilia Gabriela
- Jefe de Trabajos Prácticos BLANCO María Leticia

Fundamentación:

El Licenciado en Turismo deberá desempeñarse en una actividad multidisciplinaria que se manifiesta en un marco de innovación constante y donde los aportes de las tecnologías de la comunicación y la información aceleran el ritmo del crecimiento del ámbito turístico. Para facilitar el proceso de enseñanza- aprendizaje se ha dividido el espacio curricular en cinco unidades que permiten avanzar hacia los conocimientos de la significación, producción, gestión, comercialización y distribución de las prestaciones turísticas, las cuales constituyen diferentes momentos comunes y compartidos por el conjunto de los servicios que se le brindan al turista. Los contenidos a desarrollar se constituyen mediante el formato asignatura teórico aplicada. En busca de la transversalidad se desea tener en cuenta los saberes destacados de espacios curriculares correlativos como así también orientarse hacia el área de la Práctica Profesional. El trayecto incluye un apropiarse por parte del estudiante de las implicancias de la industria de la hospitalidad, reconocer los servicios que constituyen la esencia en este ámbito e incorporar el marco conceptual para su formación académica y la aplicación concreta hacia los servicios de información turística, de guiado en turismo, servicios de transporte, servicios hoteleros, de alimentos y bebidas, de entretenimiento y planificación de eventos desagregados en las cinco unidades explicitadas con anterioridad.

Durante el desarrollo del cursado la propuesta es conocer, comprender y convivir con los servicios inmersos en esta actividad económica que provoca como resultado final la erogación que impacta en forma directa en el desarrollo de la comunidad local. La sincronización de comunidad local, prestadores de servicios, entes gubernamentales y entes educativos constituyen el soporte de una actividad turística sólida hacia la que nos dirigimos.

En este espacio se propone repensar el compromiso, la responsabilidad y las buenas formas que como futuros profesionales del turismo desarrollarán en el medio laboral al concretar su egreso.

Aportes al perfil de egreso:

Aportes al perfil de egreso

Generales

- Gestionar actividades de turismo cultural sustentable poniendo en valor el patrimonio de la localidad o región en la que el Licenciado desenvuelva su actividad profesional, estimulando un perfil de emprendedor.
- Participar exitosamente en entidades públicas o privadas vinculadas a la actividad turística y cultural, llevando la teoría a la práctica
- Utilizar las herramientas de comercialización apropiadas para alcanzar la satisfacción del turista en la excelencia de los servicios.
- Generar espacios de investigación para la detección de demandas y necesidades del sector y la búsqueda de soluciones creativas.
- Manifiestar una actitud ética crítica, reflexiva y transformadora en el ejercicio de la actividad profesional.
- Contribuir en la formación de recursos humanos relacionados con el turismo y los servicios complementarios.
- Captar rápidamente la evolución del mercado del turismo, adecuar flexiblemente la oferta y mantener la satisfacción del visitante.
- Interpretar el contexto macroeconómico y su probable impacto sobre los flujos de ingreso y egreso de turistas.
- Aplicar la legislación vigente, los instrumentos y método pertinentes vinculados a la promoción y el desarrollo de proyectos de actividades culturales atendiendo a los planes estratégicos locales y nacionales.
- Generar y desarrollar líneas de investigación en relación a marcos teóricos, conceptuales y metodológicos que promueven la discusión del status epistemológico del estudio del turismo.

Específicos

- Introducir a los alumnos en el marco conceptual de los servicios que ofrece la actividad de la hospitalidad en el proceso de producción, gestión, comercialización y distribución. Condiciones de aplicación de los servicios de información y guiado turístico.
- Identificar los componentes que conforman la cadena de comercialización, las funciones que cumple cada parte y sus implicancias en el valor final.
- Describir la conformación de los servicios de intermediación introduciendo la práctica de un programa turístico.
- Analizar los componentes de los servicios que permiten la movilidad del turista.
- Implementar los conceptos de hospitalidad en la prestación de alojamiento y alimentos y bebidas
- Determinar los elementos que se incorporan en los servicios profesionales que demandan los turistas en las actividades de ocio y entretenimiento.
- Conocer las implicancias del marco legal de la provincia en transporte, en alojamiento y servicio de guía de turismo.
- Implementar la gestión de la calidad cultural en las organizaciones para alcanzar competitividad mediante los estándares del turismo sustentable.
- Interpretar al talento humano como fundamento indispensable en la conformación del servicio turístico.
- Presentar las características del turismo de reuniones.
- Reconocer las actividades de ocio y esparcimiento que demandan los turistas.

Expectativas de logro:

- Transferir los conceptos básicos del servicio turístico al macro concepto de Agencia de viajes.

- Diferenciar entre operadores del mercado y prestadores de servicios en la actividad turística.
- Ofrecer criterios de procedimientos en la gestión de la calidad de los diversos servicios turísticos
- Interpretar los lineamientos generales de la ley de agencias de viaje.
- Distinguir los procesos de gestión de cada una de las prestaciones en la actividad turística
- Incorporar las responsabilidades del profesional en los servicios turísticos.
- Elaborar un programa turístico aplicando todos los contenidos conceptuales de la asignatura.

Léase pág. 59 de ORD. 10/15

Contenidos:

UNIDAD I SERVICIOS TURÍSTICOS

Anexo 1) Conceptualización: Servicios Turísticos y sus implicancias. Los nuevos condicionantes para el funcionamiento. La formación del capital humano como elemento estratégico para la competitividad de los destinos turísticos. Responsabilidad Social Empresaria: concepto y alcances. Plan Nacional de Calidad Turístico. El impacto de Internet en el sector turístico.

Anexo 2) Servicio de Guía de Turismo. Nuevas tendencias para la interpretación del patrimonio. Producción del servicio. Funciones según la tipología de guía. El Coordinador de viajes: ámbito y responsabilidades. El coordinador estudiantil: IRAM-SECTUR 42710

Anexo 3) Servicio de Información turística: conceptos generales. Producción y Operación del servicio.

Anexo 4) Caso de Aplicación: Desarrollo local como motor para el desarrollo global en el municipio La Caldera-Salta

UNIDAD II SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN

Anexo 1) Concepto. Empresas de turismo en relación a su forma de comercializar. Organigrama. Funciones principales de su intermediación. Proceso de comercialización y venta. Proceso de Distribución: O.T.A.S: concepto, sus ventajas y desventajas. Centrales generales de reservas. Operación de Tours. Circuitos Turísticos.

Anexo 2) Organismos nacionales relacionados con las empresas de viajes FAEVyT, AMAVyT y Registro de Idóneos. Evento: Workshop. Anexo c) La calidad en las agencias de viajes ante el reto de la Innovación Tecnológica. Asistencia al viajero: Tips para Agente de Viajes.

UNIDAD III SERVICIO DE TRANSPORTE AÉREO, TERRESTRE Y MARÍTIMO

Anexo 1) Transporte Marítimo: concepto. Instalaciones. Cruceros: Generalidades. Principales empresas del mercado. Rutas marítimas.

Anexo 2) Transporte Terrestre. Tipos y categorías. Trenes turísticos de la Argentina y del mundo. Estaciones de trenes. Terminales de buses. Planteo de innovaciones.

Anexo 3) Reglamentación del Transporte Turístico en Mendoza. Habilitación de plataformas virtuales para el uso de transporte de pasajeros en la provincia.

Anexo 4) El Transporte aéreo comercial y su relación con el turismo. Definición, tipos y convenios internacionales. Alianzas estratégicas. Documentos de viaje. Requisitos de ingreso y egreso del pasajero. Aeropuertos. Anexo e) Organismos internacionales y nacionales relacionados con la aviación civil: IATA, OACI, ANAC

UNIDAD IV SERVICIO DE ALOJAMIENTO Y RESTAURACIÓN

Anexo 1) El reflejo de la hospitalidad y la ética en el servicio de alojamiento. Producción. Comercialización. Distribución.

Anexo 2) Prestación: División en departamentos. Departamento de recepción: personal, funciones y procedimientos. Reserva, equipaje, registro, asignación de habitaciones, administración del servicio telefónico y salida del cliente. Gobernanta: definición y cualidades, funciones y personal a cargo. La camarera. Área de habitaciones. Gerenciamiento por el rendimiento. Análisis de caso

Anexo 3) Normativa provincial

Anexo 4) La gastronomía y sus repercusiones. Servicio de Alimentos y Bebidas: concepto. Empresas que



constituyen el sector. Carta: concepto y composición. Menú: concepto. Áreas del salón y departamentos. Definición, categorías y ubicación de un restaurant. Organigrama y funciones del personal. Operaciones básicas. Servicio en sala. Tipos. El servicio del vino.

Anexo 5) Organismos nacionales y provinciales relacionados: AEHGA y FEGHRA.

UNIDAD V SERVICIOS EN ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y EMPRESAS ORGANIZADORAS DE ENTRETENIMIENTO

Anexo 1) Turismo urbano: conceptualización. El binomio ciudad-turismo y turismo-ciudad.

Anexo 2) Turismo MICE: conocimientos generales. Situación referencial de América Latina y Argentina. Operadores profesionales. Organización de congresos y conferencias, eventos empresariales, actos protocolares y exposiciones. Eventos sociales. Buró de Convenciones. Proceso logístico. Cadena de Comercialización. Servicios receptivos y su logística. Organismos del sector: AOCA e ICCA.

Anexo 3) El alcance de la diversión, el entretenimiento y ocio. Parques temáticos. Actividades de ocio y tiempo libre.

Anexo 4) Estudio de caso: Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente.

Anexo 5) La innovación en el sector turístico: Una aproximación a los servicios y la co-creación de experiencias

Propuesta metodológica:

La metodología a aplicar en el proceso de apropiación de contenidos será variada e inclusiva para propiciar el alcance al conjunto de conocimientos de todos los estudiantes. En este proceso de aprendizaje donde el docente es el facilitador o mediador de los contenidos; el alumno será el responsable de construir un conocimiento colaborativo y enfocarse en la co-creación de contenidos. Las estrategias de enseñanza-aprendizaje podrían sufrir variaciones según el contexto y los objetivos educativos a cumplir con el grupo de estudiantes. La propuesta se especifica sobre los siguientes principios:

- Motivación hacia la lectura objetiva de hechos y realidades turísticas.
- Desarrollo de procesos participativo, colaborativos, constructivos y co-creados.
- Incentivar la elaboración y fundamentación del juicio crítico.
- Invitación hacia la conformación de una actitud reflexiva personal.
- Aplicación de aula invertida
- Método socrático: la utilización de preguntas para estimular la discusión constructiva que incluya a los estudiantes la guía hacia el descubrimiento de conocimientos
- Tecnología educativa: introduciendo plataformas educativas que faciliten el acceso a diversos recursos para personalizar el aprendizaje y motivar a la colaboración global
- Aplicación de aprendizaje basado en la indagación: con el fin de incentivar a los estudiantes a formular preguntas y buscar la respuesta a través de la investigación y la exploración.
- Aplicación de aprendizaje basado en competencias para asegurar que los estudiantes dominen habilidades indispensables para avanzar en su trayectoria educativa.

Propuesta de evaluación:

La propuesta de evaluación educativa se ha planteado en forma sistemática e integral para orientar y mejorar los procesos de enseñanza- aprendizaje mediante la coherencia entre los criterios expuestos y los instrumentos de evaluación que se describen a continuación:

Criterios de evaluación a estudiantes:



- Apropriación de contenidos conceptuales
- Claridad, pertinencia y manejo de tiempos en trabajos grupales
- Capacidad de trabajo en equipo, resaltando un clima de armonía, respeto y buenas formas.
- Puntualidad, respeto mutuo y compromiso.

-Instrumentos de evaluación:

La valuación formativa y continua será aplicada para proporcionar una retroalimentación y guiar el proceso de enseñanza y aprendizaje.

- Actividades en plataforma individual
- Trabajos prácticos en grupo; como un forma de promoción del aprendizaje cooperativo
- Parcial

Condiciones para obtener la regularidad

El alumno regular será quien apruebe:

- 1 (una) evaluación parcial presencial con calificación igual o mayor a 6 (seis) incluye instancia de recuperatorio en caso de desaprobación o ausencia al mismo con fecha a determinar
- Las actividades individuales de plataforma con calificación “Aprobó”, incluyen recuperatorio en caso de desaprobación o ausencia al mismo. Se habilitará 1 instancia de recuperación en fecha a determinar.
- 3 trabajos prácticos obligatorios aprobados, de un total de 7. Todos trabajos prácticos grupales serán tutoriados por los profesores de la cátedra e incluyen recuperatorio en caso de desaprobación o ausencia al mismo. La calificación será igual o mayor a 6 (seis). Se habilitará 1 instancia de recuperación con fecha a determinar. Los recuperatorios serán evaluados con la bibliografía ya proporcionada durante el cursado del espacio curricular.

Acreditación con examen final

La realizará el alumno cuando esté en condición de regular, con un examen final oral o escrito (lo determinará la cátedra) ante tribunal y en los turnos de exámenes especificados. Se acreditará si obtiene una calificación igual o mayor a 6 (seis)

El alumno libre será quien:

No cumplió con alguna de las condiciones anteriores.

Los alumnos libres en el espacio curricular deberán rendir un examen final mixto: escrito y oral, en los turnos de exámenes especificados. Aquellos alumnos libres que no aprueben el examen escrito no podrán pasar al oral. Se acreditará si obtiene una calificación final igual o mayor a 6 (seis).

Descripción del sistema

Según el artículo 4, Ordenanza N° 108/2010 C.S., el sistema de calificación se registrá por una escala ordinal, de calificación numérica, en la que el mínimo exigible para aprobar equivaldrá al SESENTA POR CIENTO (60%). Este porcentaje mínimo se traducirá, en la escala numérica, a un SEIS (6). Las categorías establecidas refieren a valores numéricos que van de CERO (0) a DIEZ (10) y se fija la siguiente tabla de correspondencias:

| RESULTADO | Escala Numérica | Escala Porcentual |
|-------------|-----------------|-------------------|
| | Nota | % |
| NO APROBADO | 0 | 0% |
| | 1 | 1 a 12% |
| | 2 | 13 a 24% |
| | 3 | 25 a 35% |
| | 4 | 36 a 47% |



| | | |
|----------|----|-----------|
| | 5 | 48 a 59% |
| APROBADO | 6 | 60 a 64% |
| | 7 | 65 a 74% |
| | 8 | 75 a 84% |
| | 9 | 85 a 94% |
| | 10 | 95 a 100% |

Bibliografía:

UNIDAD I SERVICIOS TURÍSTICOS

BASES PARA LA DEFINICIÓN DE COMPETENCIAS EN INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO
FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS PARA DEFINIR LAS COMPETENCIAS
PROFESIONALES DE ESPECIALISTAS EN INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO EN ESPAÑA.

(Morales Miranda, J. et al., 2009) pp 28 a 38

CENTRO MEXICANO PARA LA FILANTROPÍA [CEMEFI](2004) El concepto de responsabilidad social
empresaria. México, Empresa Socialmente Responsable pp. 1 a 9

FORMACIÓN DE CAPITAL HUMANO COMO ELEMENTO ESTRATÉGICO PARA LA
COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS. Arteaga Medina, R. et al (2012) Recuperado en: <http://dspace.uan.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/773/La%20formacion%20del%20capital%20humano%20como%20elemento%20estrategico%20para%20la%20competitividad%20de%20los%20destinos%20turisticos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

MANUAL PARA INFORMADORES TURÍSTICOS REGIÓN DE LOS RÍOS. SERNATUR (Servicio Nacional
de Turismo) páginas. pp. 11 a 17

SERVICIOS TURÍSTICOS Y SUS IMPLICANCIAS: Instrumentos conceptuales de cátedra
IMPACTO DE INTERNET EN EL SECTOR TURÍSTICO (Carrera Calderón, F., 2017) pp 5 a 14

FLORES GONZÁLES, Consuelo (2008). Desarrollo local y turismo. pp. 1 a 8 Recuperado en
<http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/DesarrolloLocal.pdf>

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE SALTA (2006). Técnicas de Guiado. Material Orientativo y de Consulta
para Guías Idóneos. pp. 10 a 15

LANDI, <https://argentina.ladevi.info/javier-milei/el-nuevo-turismo-la-era-javier-milei-n73375>

[https://www.Elena y Méndez, Viviana \(2018\) Elementos y conceptos básicos del Turismo. Mendoza, Facultad de
Filosofía y Letras UNCuyo. pp. 216 a 220](https://www.elena-y-mendez.com.ar/viviana-2018-elementos-y-conceptos-basicos-del-turismo)

IRAM-SECTUR 42705 pp. 1 a 11

SERVICIOS TURÍSTICOS Y SUS IMPLICANCIAS: Instrumentos conceptuales de cátedra
VÁZQUEZ, Cintia Mariana (2009) El turismo como motor para el desarrollo global en el municipio de La
Caldera Salta. pp. 1 a 15

<https://argentina.ladevi.info/javier-milei/el-nuevo-turismo-la-era-javier-milei-n73375>

https://www.infoleg.gob.ar/basehome/actos_gobierno/actosdegobierno29-12-2008-1.htm

UNIDAD II SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN

JIMÉNEZ ABAD, Carlos Enrique (2006). Producción y Venta de Servicios Turísticos en Agencias de Viajes,
España, Paraninfo. pp. 106 a 118 Operación de Tours: Conceptualización, Tipos, Estructura y Etapas de Circuitos
Turísticos (Unemi on line, 2019)

RESOLUCIÓN N° 366(2022). Local Virtual

<http://www.faevyt.org.ar/>

[https://mensajero.com.ar/operadores-mayoristas/asistencia-al-viajero--tips-para-agentes-de-
viajes_a65674c97e48eabd5fe9c543f](https://mensajero.com.ar/operadores-mayoristas/asistencia-al-viajero--tips-para-agentes-de-viajes_a65674c97e48eabd5fe9c543f)

<https://www.euroinnova.com/blog/workshop-turistico>

<https://www.turismecv.com/2021/08/31/5-claves-para-vender-mas-en-un-workshop-comercial-turistico/>

<http://www.turismo.gob.ar/conoce-22-finalistas-innovar-para-viajar-0>



https://www.registrodeidoneos.org.ar/pdf/Requisitos_Inscripcion_2020.pdf

UNIDAD III SERVICIO DE TRANSPORTE AÉREO, TERRESTRE Y MARÍTIMO

JIMÉNEZ ABAD, Carlos Enrique (2006). Producción y Venta de Servicios Turísticos en Agencias de Viajes, España, Paraninfo. pp. 75 -76

LEY N° 7480 (2005). El Transporte Turístico Recuperado en: <https://www.mendoza.gov.ar/wp-content/uploads/sites/20/2018/08/Ley-7480.-Servicio-de-Transporte-Tur%C3%ADstico.pdf>

OLMOS JUÁREZ, Lourdes y otro (2016). Estructura del mercado turístico. pp 157 a 164, Madrid, Ediciones Paraninfo

WALLINGRE, Noemí (2014). Transporte aéreo: Su relación con el turismo y los servicios. Buenos Aires, Ediciones Turísticas. pp. 233 a 243

<https://www.iata.org/>

<http://www.aerolineas.com.ar>

<https://www.latam.com>

https://mensajero.com.ar/transporte/transporte-turistico--como-es-el-regimen-que-plantean-los-agentes-de-viajes_a6579efd2294624d4d2a0d7c0

<https://www.hcdmza.gob.ar/eweb/E-78000/E-78837/E-78837.pdf> Art. 1, 2, 3,4, 5, 6, 7y 8

Compendio de material de cátedra

UNIDAD IV SERVICIO DE ALOJAMIENTO Y RESTAURACIÓN

AZEGLIO, Armando y otros (2013). Yield Management en Hotelería. Estrategias para la gestión de ingresos en la PyMES de alojamiento, Buenos Aires, Ediciones Turísticas.

GARCÍA ORTIZ, Francisco y otros (2003). Técnicas de Servicio y Atención al Cliente, Madrid, Paraninfo. pp 115 a 126

GUERRERO LUJÁN, Rogelio, (2014). Técnicas elementales de servicio, Madrid, Paraninfo. pp. 73 a 75

RESOLUCIÓN N° 292 (2017). Lodge y Petit Hotel

RESOLUCIÓN N° 12 (2021). Glamping

<https://www.eldestapeweb.com/sociedad/liam-payne/tres-imputaciones-por-la-muerte-de-liam-payne-quienes-son-de-que-se-los-acusa-y-por-que-no-fueron-detenido-202411720146>

<https://ecocuyo.com/nota/146870/restaurantes-con-estrellas-michelin-en-mendoza-cuanto-cuestan-y-como-es-la-experiencia/>

<https://www.fehgra.org.ar/>

<https://aehga.com/>

Compendio de material de cátedra

UNIDAD V SERVICIOS EN ORGANIZACIÓN DE EVENTOS Y EMPRESAS ORGANIZADORAS DE ENTRETENIMIENTO

BARRIOS, Omar y otros (2012). Eventos La logística de los servicios turísticos, Buenos Aires, Ediciones Turísticas. pp. 13-14, 20 a 24, 36, 40 a 43

CALIDAD DEL SERVICIO Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. Recuperado en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8081766>

MANTERO, Juan Carlos (2010) La Ciudad en el Turismo-El Turismo en la Ciudad. Universidad Nacional de Mar del Plata pp. 69 a 80 de la bibliografía

MANUAL MICE. Una visión global de la Industria (s/f). Recuperado en:

https://www.idcongress.es/archivos/Libro_Manual_MICE.pdf pp.12 pp. 13 a 20, 23 a 24, 28 a 53

<https://www.entornoturistico.com/diferencia-entre-ocio-y-tiempo-libre-y-su-relacion-con-el-turismo/>

<https://www.redalyc.org/journal/5762/576272098001/html/>

<https://www.mendoza.gov.ar/prensa/mendoza-destino-mice/>

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/turismo-de-reuniones-presentacion-de-resultados-de-argentina-te-incentiva>

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/argentina-entre-los-lideres-latinoamericanos-de-turismo-de-reuniones>

<https://aoca.org.ar>



<https://www.iccaworld.org>

Compendio de material de cátedra

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

BÁEZ CASILLA, Sixto (2005). *Hotelería*, México, Compañía Editorial Continental

CALLE IÑIGUEZ, Melissa y otros (2018). *Gestión del Sector Alojamiento – Hotel*, Ecuador, Editorial UTMACH

FEIJOO, José Luis (2016). *El talento humano en hotelería y turismo*. CABA, Ugerman Editor

GALLEGO, Jesús Felipe (2011). *Gestión de Hoteles –Una nueva visión*, Madrid, Ed. Paraninfo Pág. 33-37, 63-75

GRECO, Orlando (2016). *Diccionario de turismo*, Buenos Aires, Valleta Ediciones S.R.L.

LESUR, Luis (2003). *Manual de meseros y capitanes: una guía paso a paso*, México, Editorial Trillas

KNOBEL, HORACIO E (2009). *El transporte aéreo de pasajeros y sus equipajes*, Argentina, Ladevi Ediciones

PANIEGO, Alfredo Gustavo (2011). *Introducción a la administración estratégica en hotelería*, Buenos Aires, Fundación Proturismo

PELÁEZ LÓPEZ, José (2016). *Manual para la Gestión de Oficinas de Información Turística*, España,

International Journal of Scientific Management and Tourism , 2016, Vol. 2 N°4 pp 139-175

Páginas web

<https://www.argentina.gob.ar/turismoydeportes>

<https://tesauro.yvera.tur.ar/>

<https://www.despegar.com.ar/>

www.vueling.com/

<https://www.trenes.com/ave>

<https://www.eurostar.com>

<http://www.derechodelturismo.net>

<http://www.clerkhotel.com/blog/otas>

<http://www.tecnohotelnews.com>

<http://www.iram.org.ar>

<http://www.camaradeturismo.org.ar>

<http://www.turismo.gov.ar>

<http://www.anac.gov.ar/anac/web/index.php/1/471/noticias-y-novedades/delegacion-de-oaci-en-argentina>

<http://www.hoteleriademendoza.com.ar/>

<https://www.booking.com/>

<https://www.argentina.gob.ar/noticias/sistema-de-calidad-turistica-se-suman-nuevas-propuestas-al-ciclo-de-formacion-tecnica>

<https://www.entornoturistico.com/el-ocio-y-su-relacion-con-el-turismo/>

<http://www.icta.org.ar/page/autoevaluacion>

Recursos en red:

- <https://www.virtual.ffyl.uncu.edu.ar/course/view.php?id=617>