



LICENCIATURA EN TURISMO

ENOTURISMO

PROGRAMA PROVISORIO

Datos de identificación del programa curricular:

Denominación: ENOTURISMO

Código SIU-Guaraní: 15206

Departamento: Turismo

Ciclo Lectivo: 2020

Carrera: Lic. En Turismo

Plan de Estudio: ORD. 10/15-C.D.

Formato Curricular: Taller

Carácter: Optativo

Área a la que pertenece: Turismo y Gestión

Año en que se cursa: Segundo

Régimen: Cuatrimestral

Carga horaria total: 56 horas presenciales

Carga horaria semanal: 4 horas

Espacios curriculares correlativos: ninguno

Equipo de Cátedra:

Profesor Titular: Lic. Lombard, Tomio Gastón

Jefe de Trabajos Prácticos: Lic. Buj, Carla Sabrina

FUNDAMENTACIÓN:

Dado que el turismo es una práctica social, que se produce en escenarios singulares, con multiplicidad de dimensiones simultáneas que operan en ella resulta necesario formar un



profesional *con estas competencias, capaz de analizar la realidad en la que debe actuar y elaborar propuestas alternativas ante las situaciones cambiantes que tiene que enfrentar.* Esas competencias contextuales exigen, a su vez, procesos *reflexivos permanentes, confrontando distintas perspectivas de análisis para develar contradicciones y conflictos.* El desarrollo de la aptitud para contextualizar tiende a producir el surgimiento de un *pensamiento ecologizante* en el sentido de que sitúa todo acontecimiento, información o conocimiento en una relación inseparable con el medio – cultural, social, económico, natural – Incita a ver como un acontecimiento modifica al contexto o cómo le da una luz diferente. Se trata de buscar siempre las relaciones inter – retro – acciones entre todo fenómeno y su contexto. Se trata de reconocer la unidad dentro de lo diverso y lo diverso dentro de la unidad.

El turismo del vino es probablemente **uno de los productos turísticos más complejos** en su estructura, gestión, promoción y comercialización. **Intervienen dos sectores** de gran importancia estratégica para el territorio pero que tradicionalmente no tenían ningún vínculo entre sí: **turismo** y **sector vitivinícola**. Cobra un gran protagonismo el **territorio** en el que se desenvuelve y, desde luego, es mucho más que **visitar bodegas**. Requiere **trabajar en red** (**Ruta del Vino” como concepto**), en **estrecha colaboración** entre la **administración pública** (administración turística, medio rural, local, provincial y regional) y el **sector privado** (turístico y vitivinícola).

El vino es un producto cultural con fuertes componentes simbólicos y sensoriales. El Patrimonio Cultural y Natural de la viticultura, incluyendo la arquitectura, los paisajes, la historia, las tradiciones, las fiestas y las rutas enológicas, se han convertido en elementos claves de la identidad y cultura del vino.

Es importante destacar el valor enológico de este producto. Sin cultura del vino, no hay ruta del vino y sin ruta del vino no hay producto turístico. La viticultura es el eje temático de este producto y el turista debe percibirlo durante todas las etapas de su viaje y en cualquier componente de la cadena de valor turística que constituye la Ruta. En el destino debe poder “respirarse” cultura vitivinícola.

Según la Western Australian Wine Tourism Strategy (Charters y Ali-Knight, 2002), el turismo del vino es “*el viaje que se desarrolla con el propósito de tener experiencias con bodegas y regiones del vino, así como con sus estilos de vida*”. Es una experiencia basada en



un estilo de vida que posee un elevado componente formativo o de conocimiento del vino, del lugar y sus tradiciones, y por tanto está estrechamente vinculado a la cultura, el vino y la gastronomía. Esta definición tiene un componente vivencial acorde con las tendencias

actuales. El producto enoturístico tiene un elevado potencial y constituye un elemento clave en la estrategia de promoción internacional del turismo, ya que reúne una serie de características alineadas con los principales objetivos de la política turística de España, como son la diversificación de la oferta y demanda turísticas o la redistribución de los flujos y riqueza generada por el turismo.

El enoturismo favorece el desarrollo económico y turístico de zonas de interior y áreas rurales en las que generalmente se ubican los principales polos receptivos de este tipo de turismo, contribuyendo así a generar riqueza y empleo.

Esto tiene un doble efecto positivo y es que, a su vez, la oferta turística asociada al enoturismo es una propuesta de valor diferencial con gran capacidad de diversificación frente a otras zonas de mayor afluencia turística unidas al producto mayoritario de sol y playa. En esta misma línea, las actividades enoturísticas favorecen el consumo cruzado con otros productos por su vinculación con otras de tipo cultural, relacionadas con disfrute del entorno rural, la práctica de turismo activo, el turismo de salud o bienestar, entre otros. Sin olvidar su importante componente desestacionalizador. Por lo tanto, el eje conceptual del presente taller es: la dimensión cultural del vino desde una mirada multidisciplinaria incluyendo historia y atractivos; fiestas, turismo y rutas del vino; aspectos económicos y sociales.

OBJETIVOS

GENERALES:

- ✓ Desarrollar estrategias de gestión del producto turístico enoturismo, en la creación y diseño de actividades enoturísticas para del desarrollo sustentable de los destinos



turísticos vitivinícolas, comprendiendo la dimensión sostenible del producto turístico del vino. Lo que implica una mirada cultural (historia y atractivos; fiestas, rutas del vino), económica y social.

- ✓ Promover el análisis y la mirada crítica respecto de la complejidad que alcanza a la problemática del desarrollo del enoturismo desde una perspectiva multidisciplinar.
- ✓ Contribuir a la formación de profesionales con un alto grado de especialización en el desarrollo de la actividad enoturísticas.

ESPECÍFICOS:

- ✓ Analizar los conocimientos sobre enoturismo a nivel nacional e internacional.
- ✓ Conocer el perfil de los enoturistas.
- ✓ Definir estrategias de gestión para el producto turístico enoturismo tanto para la bodega como para los destinos enoturísticas, la promoción y comunicación de las misma.
- ✓ Describir la creación en la bodega del departamento de enoturismo, del personal encargado de la actividad y la tienda.
- ✓ Reconocer las diferentes potencialidades del turismo del vino según región en estudio
- ✓ Adquirir nociones básicas de cultura del vino y enología para desarrollarse como guía en el sector turístico de un establecimiento vitivinícola.

Expectativas de Logro:

La formación de profesionales en turismo, adquiere gran importancia para lograr competitividad tanto en las empresas como en los destinos turísticos. La adaptación al entorno exige personas preparadas y capacitadas para gestionar la actividad en un ambiente de constante cambio. Ahora bien, la experiencia acredita que el sector del Turismo necesita de profesionales y personas capacitadas con formación integral, con la finalidad de profundizar los conocimientos y su incidencia en la actividad turística, de manera que permita un desarrollo



realmente conforme con las necesidades del mercado y de un desarrollo local sustentable de la actividad turística de la región.

Se espera que los estudiantes logren durante su cursado un adecuado entrenamiento para la creación, recreación y aplicación de metodologías de análisis y gestión que les permitan evaluar las potencialidades y restricciones del “turismo del vino”, como también proponer estrategias y acciones tendientes al diseño del producto turístico “enoturismo”. Asimismo, se pretende favorecer la capacitación del futuro profesional en turismo a través de:

- ✓ La estimulación de su creatividad en la mejora del diseño del producto turístico “enoturismo”.
- ✓ Conocer, comprender y aplicar, las numerosas oportunidades y posibilidades de la valiosa interacción existente entre los deseos y expectativas de los visitantes y de las aspiraciones y deseos de las comunidades anfitrionas o locales, donde se desarrolla el “enoturismo”
- ✓ La resolución de situaciones conflictivas.
- ✓ El desarrollo de independencia para la toma de decisiones metodológicas y estratégicas.
- ✓ El incentivo para la optimización de la redacción y presentación, oral y escrita de documentos profesionales.

CONTENIDOS:

UNIDAD I: “El Patrimonio Cultural del Vino”

Tema 1: Historia del Vino



Historia de la vid. Orígenes. Primeras Vides en América. Llegada de la vid a Argentina y a Mendoza. Evolución. Historia del vino y la enología. Historias de las principales familias Vitivinícolas tradicionales en Mendoza

Bibliografía Obligatoria

Rodolfo A. Richard-Jorba. FORMACIÓN, CRISIS Y REORIENTACIONES DE LA VITIVINICULTURA EN MENDOZA Y SAN JUAN, 1870-2000. APORTES PARA EL ESTUDIO DEL SECTOR EN LA ARGENTINA. Instituto de Ciencias Humanas, Sociales y Ambientales (INCIHUSA-CONICET) y Universidad Nacional de Cuyo-Argentina. 2010.

MIGUEL AMADO POUGET. Dragui lucero, Juan. Mendoza, Ediciones Culturales. 1991.

Meardi, A.L., Historia de la Vitivinicultura Argentina, Mendoza, INV, 1987.

Cueto, Omar Adolfo. HISTORIA DE MENDOZA, MENDOZA; Los Andes 1995. TII

Rodríguez, A. Juan, HISTORIA SOCIAL DE MENDOZA, MENDOZA, Editorial El Sol, 2004.

Correas, Jaime, HISTORIAS DE FAMILIAS, FASCÍCULOS I, II, III Y IV. Edit. Diario Uno, Mendoza, 1992

La Cultura de la Vid y el Vino; Capítulo I - Fondo Vitivinícola Mendoza, Corsino Impresores, junio 2010.

Tema 2: Rol del vino en las diferentes culturas

Rol del vino en las diferentes culturas. Vino y religión. Panorama actual vitivinícola en Argentina y el Mundo

Bibliografía Obligatoria



LA CULTURA DE LA VID Y EL VINO, Fondo Vitivinícola de Mendoza, Corsino Impresores, junio 2010.

HISTORIA DE LA VITIVINICULTURA ARGENTINA. Meardi A. L., Mendoza, INV, 1987.

HISTORIA DE MENDOZA. Cueto, Omar Adolfo, Los Andes 1995.

UNIDAD II: "Turismo del Vino o Enoturismo"

Tema 3: Turismo del vino – Turismo Enológico o Turismo Vitivinícola

Conceptualización y situación actual del turismo del vino. Caracterización y análisis del producto turístico enoturismo. Mendoza y el turismo del vino: Zona Centro. Zona Este. Zona Sur. Valle de Uco. Principales características y diferencias. Mendoza: capital internacional del vino. Provincias enoturísticas de Argentina. Características y particularidades. Enoturismo en nuestro país. Regiones Enoturísticas en América, Europa y Australia.

Bibliografía Obligatoria

López T., Rodríguez, J., Vieira, A. "REVISIÓN DE LA LITERATURA CIENTÍFICA SOBRE ENOTURISMO EN ESPAÑA". Cuadernos de Turismo, nº 32. Pp 171-188. ISSN1139-7861 [en línea]. Disponible en: revistas.um.es/turismo/article/download/177511/149241

Armesto, X y Gómez, B. "PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS DE CALIDAD, TURISMO Y DESARROLLO LOCAL: EL CASO DEL PRIORAT". Turismo, ocio y cultura en las estrategias de planificación territorial. Cuadernos geográficos. Núm. 34 (2004-1). ISSN: 0210-5462. 2004 [en línea]. www.ugr.es/~cuadgeo/docs/revistas/034.pdf

CARTA EUROPEA DEL ENOTURISMO [en línea]. Disponible en: http://www.recevin.net/downloads/Charte_ES.pdf

La Cultura de la Vid y el Vino; Capitulo VII - Fondo Vitivinícola Mendoza, Corsino Impresores, junio 2010.



Tema 4: Producto Turístico Enoturismo

Ejes temáticos del producto turístico del enoturismo. Principales eventos programados relacionados con el vino (fiesta nacional de la vendimia, música clásica por los caminos del vino, día internacional del malbec, tango por los caminos del vino, etc.). Servicios complementarios del enoturismo: arte y vino – vino y gastronomía – vino y spa. Rutas del vino. Alojamientos enoturísticos o temáticos. Actores asociados al enoturismo funciones y objetivos: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca – Instituto Nacional de Vitivinicultura – COVIAR – INTA – Bodegas Argentinas (Comisión de Turismo del Vino) – Great Wine Capitals.

Bibliografía Obligatoria

BODEGAS Y VINOS DE ARGENTINA. Bodegas de Argentina, Mendoza, 2009.

López T., Sánchez, S. LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS UTILIZANDO RUTAS ENOLÓGICAS. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2006

PERFIL PROYECTO FOMIN, Consolidación del Enoturismo en la Argentina, Bodegas de Argentina, s.p., 2006

UNIDAD III: "Demanda del Turismo del Vino y la Oferta de Bodegas"

Tema 5: La Demanda del Producto Turístico Enoturismo

Perfil del turista enológico y del enoturistas. Perfiles y motivaciones. El perfil del consumidor de vino en Argentina. Nivel de especialización y vínculo con el vino. Promoción y publicidad. Agencias de turismo

Bibliografía Obligatoria

LESGRANDS CÉPAGES, Galet, P., 2002.Ed. Hacchette, Paris.



CEPAGES ET VIGNOBLES DE FRANCE, Galet P. 1990, Tome 2, L'Ampelographie française. Ed. Dust Montpellier. 400 pp.

LA CULTURA DE LA VID Y EL VINO, Cap. V. Fondo Vitivinícola de Mendoza, Corsino Impresores, junio 2010.

Tema 6: Las Bodegas

La bodega: clases y cuerpos. Labores del campo. Labores de bodega. La arquitectura del vino, tipología de bodegas. Las denominaciones de origen. Términos enológicos. Principales bodegas de Argentina y Mendoza que desarrollan el enoturismo. Área de turismo en una bodega. Organigrama. Principales funciones. Etapas de una visita turística

SELECCIÓN DE BODEGAS Y VINOS. Editorial Planeta. 2009.

DIRECTRICES DE GESTIÓN TURÍSTICA PARA BODEGAS. MINTUR. 2008.

LA CULTURA DE LA VID Y EL VINO, Cap. V. Fondo Vitivinícola de Mendoza, Corsino Impresores, junio 2010.

VIAJE POR LAS BODEGAS DE ARGENTINA. Minkévich, Silvina. Imagen Nativa

UNIDAD IV: "La vid y el Vino"

Tema 7: La Vid y la Vinificación

Descripción. Morfología y Anatomía. Características. Ciclo de desarrollo y vegetativo. Fisiología. Ecología de la vid. Madurez de la uva. Concepto de "terroir". Calidad. Aptitudes. Variedades de vid tintas: Malbec, Bonarda, Cabernet Sauvignon, Syrah y Merlot. Variedades de vid blancas: Chardonnay, Pedro Giménez, Torrontés Riojano, Sauvignon Blanc, Viognier. Diferencia entre viñedos tradicional, orgánico y biodinámico. Época de cosecha, traslado y



molienda. Tipos de vinificación (blanco, tinto, rosado, espumantes). Procesos específicos para cada uno. Añejamiento y guarda.

Bibliografía obligatoria

CULTIVARES VITÍCOLAS ARGENTINAS. Alcalde, Alberto. EEA Mendoza INTA 1989.

LA TIPIFICACIÓN VITIVINÍCOLA ARGENTINA. Vinos, Viñas y Frutas. Nos. 735-736.

BODEGAS DE ARGENTINA, 2009, Bodegas & Vinos de Argentina, Mendoza (Arg.)

ÁLVAREZ ASPERO, J. 1991. LA VIÑA, LA VID Y EL VINO. Buenos Aires, Argentina: Editorial Trillas.

Tema 8: El ABC de la Degustación y Cata

Análisis sensorial de vinos. Diferencias entre beber y degustar. Sensación y percepción. Examen visual. Examen olfativo. Principios básicos. Técnicas de cata. Descriptores aromáticos. Degustación de vinos blancos, tintos, rosados y espumantes. Maridajes.

Bibliografía obligatoria

VITIVINICULTURA ARGENTINA. INV, Andina Ediciones, 1997.

CURSO SUPERIOR DE DEGUSTACIÓN DE VINOS. Capítulo 16: El Terruño. EEA Mendoza INTA. 2007.

Catania, C. y Avagnina, S. (2007). EL ANÁLISIS SENSORIAL. Curso superior de degustación de vinos. EEA Mendoza. INTA. 21 pp

Plaza de la Hoz, P. 2006. VINOS Y QUESOS ACIERTA EN LA ELECCIÓN. Ed. Internacionales Universitarias, 179 pp.



LA CULTURA DE LA VID Y EL VINO, Fondo Vitivinícola de Mendoza, Corsino Impresores, junio 2010.

Propuesta Metodológica:

La metodología del presente taller está dirigida al desarrollo y a la integración de diferentes competencias, que tienen una doble dimensión: teórica y práctica. Estos planos se complementan y potencian mutuamente, de tal manera que el conocimiento teórico del “enoturismo” adquiere su real valor cuando lo transferimos a su realidad. No obstante, el formato taller sólo se valdrá de aquellos elementos teóricos mínimos que sirvan de fundamento a la práctica específica de resolver situaciones problemas.

La propuesta de enseñanza tendrá una concepción constructivista del aprendizaje. Utilizándose técnicas que permitan recuperar conocimientos previos de los estudiantes, relevar inquietudes e intereses. Otorgándose una importancia fundamental al rol del alumno como sujeto activo del proceso de enseñanza y aprendizaje y no solo como espectador del mismo. Se utilizará una metodología participativa, a través de debate en plenario de ideas, presentación y análisis de estudio de casos, presentaciones bibliográficas y análisis de artículos técnicos, previamente diagramados y controlados por el docente.

Las estrategias de la mediación pedagógica apuntarán al desenvolvimiento y actualización de las operaciones del pensamiento, poniendo el acento en procesos creativos, dinámicos y reflexivos, que tiendan a una construcción significativa del aprendizaje.

Se esbozarán como estrategias de enseñanza en propuestas centradas en:

- ✓ La resolución de problemáticas profesionales y laborales, orientada a la obtención de resultados concretos en secuencias planificadas metódicamente.
- ✓ El relevamiento de información en contextos reales en relación con el entorno social y laboral, con dificultades que se enfrentan.
- ✓ El desarrollo de simulaciones en las que los alumnos asuman roles y tareas específicas asociadas a la práctica profesional.



- ✓ Elaboración de situaciones problemáticas que impliquen la producción conjunta de soluciones por medio de la acción integrada de los alumnos en equipos de trabajo (grupos de aprendizaje), así como el aprendizaje incidental, es decir la resolución de hechos fortuitos a partir de la comprensión de la situación, la reestructuración de los medios disponibles y la búsqueda de estrategias acordes para superarlas. Es importante que en estas propuestas se incentive a los alumnos a integrar y profundizar los conocimientos adquiridos hasta el momento, así como establecer analogías, cuando se trate de contenidos nuevos, con otros saberes previos.
- ✓ Diseño de tareas que impliquen tanto la toma de decisiones y utilización de estrategias metacognitivas guiadas en forma deliberada hacia propósitos determinados.
- ✓ Resolución de guías de trabajo e investigación.
- ✓ Coloquios y clases especiales, complementadas con medios audiovisuales.
- ✓ Síntesis y reflexión de diferentes materiales bibliográficos.
- ✓ Salidas de campo en articulación con el espacio curricular de la práctica profesional, para la visita a los oasis vitivinícolas de la provincia, visitas técnicas a bodegas y a sus: viñedos – alojamientos rurales – establecimientos gastronómicos, charlas con informantes claves.

El desarrollo del proceso de virtualidad del presente taller se armará conforme se vaya desplegando la organización del mismo y en función del cumplimiento de los contenidos conceptuales vertidos en el presente programa.

Propuesta de Evaluación:

La evaluación de proceso: se realizará mediante registros, seguimiento de las producciones que resulten de las prácticas realizadas en diferentes contextos que atienden a la fusión entre teoría y práctica, prácticos presenciales y no presenciales, en instancias grupales e individuales.

El proceso se plasmará en un trabajo integrador de producción escrita y oral que los estudiantes presentarán al interior del espacio previo a la finalización de clases.



Criterios de Evaluación:

Criterios de evaluación de trabajos escritos

- ✓ Contenidos conceptuales y procedimentales puestos de manifiesto en la resolución de situaciones problemáticas. Competencias vinculadas a la coherencia en la escritura.
- ✓ Sustento teórico en la argumentación de las respuestas, fundamentalmente respecto al buen uso del vocabulario técnico de la disciplina.
- ✓ Presentación y prolijidad de las evaluaciones y trabajos prácticos.
- ✓ Solidez en el conocimiento.
- ✓ Aplicación de la teoría.
- ✓ Comprensión textual.
- ✓ Adecuación a la situación comunicativa.
- ✓ Sistematización de la normativa trabajada en todas las instancias.

Criterios de evaluaciones de trabajos orales

- ✓ Manejo del tema y empleo adecuado del vocabulario de la disciplina.
- ✓ Voz: tono y volumen.
- ✓ Dicción.
- ✓ Adecuación al registro.
- ✓ Correcta postura corporal: gestos y ademanes adecuados a una exposición formal.
- ✓ Material auxiliar usado como soporte visual de la exposición
- ✓ Selección adecuada de contenidos y capacidad de jerarquizarlos e integrarlos en una estructura ordenada (presentación, desarrollo y conclusión).
- ✓ Capacidad de ejemplificar conocimientos teóricos.
- ✓ Disposición al diálogo o interpelación, tanto al docente como a sus pares, en actitud respetuosa hacia ideas y opiniones puestas a las asumidas como propias.
- ✓ Actitud entusiasta y vital durante toda la exposición.
- ✓ Extensión o duración



Alumno regular:

80% de actividades individuales aprobadas con nota igual o mayor a 6 (seis) para **regularizar el cursado**. El Taller consta de ocho trabajos prácticos evaluativos virtuales, un trabajo integrador final evaluativo de individual y un trabajo de articulación de carácter grupal de la vinculación pedagógica con el espacio curricular de Ingles II.

Acreditación con examen final:

Coloquio oral ante tribunal examinador con el inicio de la presentación de un tema a elección del estudiante y luego se vinculará dicha temática seleccionada con el resto de los contenidos conceptuales del programa.

Acreditación sin examen final: (condiciones de acreditación directa)

La o el estudiante que logre el **100% de actividades individuales** aprobadas **SIN RECUPERATORIOS**, con nota igual o mayor a 6 (seis – 60 – 64%) obtendrá **la acreditación directa**. El Taller consta de ocho trabajos prácticos evaluativos virtuales, un trabajo integrador final evaluativo individual y un trabajo de articulación de carácter grupal de la vinculación pedagógica con el espacio curricular de Ingles II.

Alumnos libres:

Quienes no cumplan con los requisitos establecidos para ser estudiante regular (al finalizar el cursado del taller) se considerará alumno libre, quien deberá rendir en condición de libre el taller. Para acceder al examen libre, el estudiante deberá primeramente aprobar el desarrollo de un trabajo práctico integrador en relación a la temática del “Taller de Enoturismo” (que podrá realizar todas las aclaraciones al respecto en las horas de consultas del taller) y posteriormente deberá rendirlo ante tribunal examinador, de manera oral vinculando dicha temática con el resto de los contenidos conceptuales del programa.



BIBLIOGRAFÍA GENERAL

LA CULTURA DE LA VID Y EL VINO, Fondo Vitivinícola de Mendoza, Corsino Impresores, Junio 2010.

López T., Sánchez, S. LA CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS UTILIZANDO RUTAS ENOLÓGICAS. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 2006.

WEB SITES

<http://coviar.com.ar/>

<http://inta.gob.ar>

<http://www.bodegasdeargentina.org/>

<http://www.greatwinecapitals.com/>

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

<http://www.agroindustria.gob.ar/sitio/>

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

ANEXO 1 “MODIFICACIONES 2º CUATRIMESTRE CICLO LECTIVO 2020”

En este período excepcional del ciclo lectivo 2020 de “enseñanza remota en tiempos de emergencia sanitaria COVID 19”, se establece una duración del segundo semestre de 11 (once) semanas y los siguientes criterios de evaluación:

- **80% de actividades individuales** aprobadas con nota igual o mayor a 6 (seis – 60% - 64%) para **regularizar el cursado**. El Taller consta de ocho trabajos prácticos evaluativos virtuales, un trabajo integrador final evaluativo de individual y un trabajo de articulación de carácter grupal de la vinculación pedagógica con el espacio curricular de Ingles II.



- **100% de actividades individuales** aprobadas con nota igual o mayor a 6 (seis - seis – 60% - 64%) **SIN RECUPERATORIOS** para **lograr la acreditación directa**. El Taller consta de ocho trabajos prácticos evaluativos virtuales, un trabajo integrador final evaluativo individual y un trabajo de articulación de carácter grupal de la vinculación pedagógica con el espacio curricular de Ingles II.
- Participación y desarrollo de toda otra actividad que se mencione necesaria para el Espacio Curricular con formato taller.

Cada semana se subirá a la plataforma virtual 1 encuentro; de entrega individual. Cada encuentro individual tendrá su explicación, bibliografía y actividad de entrega. Una vez finalizada la automatriculación de las/os estudiantes del taller.

Lic. Esp. Lombard Tomio, Gastón

Profesor Titular de Catedra

Programa provisorio para la enseñanza remota de emergencia

PROGRAMA REVISADO

Directora del Departamento de Turismo

Dra. Sandra Pérez Stocco