

Universidad
Externado
de Colombia

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

PROYECTO ACADÉMICO

PLAN DE ESTUDIOS 2011

Bogotá, D. C., noviembre de 2019

CONTENIDO

PRESENTACIÓN	5
MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD	7
PRIMERA PARTE.	
LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS	9
1. Misión de la Facultad	9
2. Visión de la Facultad	9
3. Objetivos de la Facultad	10
4. Estructura organizativa de la Facultad	11
5. Centros de Responsabilidad	12
6. Convenios de intercambio académico, membresías, cooperación académica y práctica profesional, asociación y cooperación	14
SEGUNDA PARTE.	
EL PROGRAMA DE PREGRADO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS	16
1. Estructura orgánica del Programa de Pregrado	16
2. Antecedentes del Programa	17
3. Propósitos de formación del programa	20
4. Perfiles	21
4.1 Perfil profesional del egresado. Competencias	21
4.2 Perfil ocupacional del egresado	22
5. Cualidades de los estudiantes	23
6. Concepción de la formación integral del Programa	24
7. Concepción curricular	25
8. Construcción curricular	26
8.1 Contenidos de los espacios académicos por semestre	31
8.2 Competencias en idiomas	40
8.3 La UVE heurística como herramienta para la planeación curricular	42
Consideraciones	42
9. Características de la docencia	45
9.1 Lineamientos pedagógicos y didácticos	45
9.2 Cualidades de los docentes	46
10. Modelo pedagógico	48
10.1 Conceptos	48
10.2 Definición del Modelo Pedagógico	49
11. Estrategias pedagógicas	52
11.1 Política de créditos académicos	52
11.2 Estrategias de aprendizaje	54

11.3 Criterios de evaluación	57
11.4 Opciones de Grado	58
12. Investigación y relación con el sector externo	58
12.1 Relaciones entre la docencia, la investigación y la proyección social	58
12.2 Investigación	59
12.3 Grupo de investigación Turismo y Sociedad	60
12.4 Formación para la investigación	62
12.5 Cualidades del investigador	67
12.6 Publicaciones	67
12.6.1 Otras publicaciones	70
12.6.2 Guías de clase	70
12.7. Anuario Turismo y Sociedad	71
12.8 Relación con el sector externo	71
13. Internacionalización	76
Referencias bibliográficas	77

PRESENTACIÓN

Este documento recoge los aspectos generales de la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia, su visión, objetivos y estructura orgánica.

Asimismo, da a conocer los antecedentes que relatan la evolución del programa a través de su historia, y los temas referentes al “Proyecto Académico”, con el que se desea alcanzar el fortalecimiento del mismo. Se plasman las políticas y estrategias relacionadas con las funciones sustantivas de la Universidad: docencia, investigación y extensión.

El Proyecto Académico del programa de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras responde íntegramente a la Misión de la Universidad; ha sido concebido de tal forma que sea posible enriquecerlo y adecuarlo a las tendencias cambiantes de la nueva sociedad del conocimiento y la información. Se constituye, además, en el punto de referencia para los procesos de autoevaluación que ha adoptado la Facultad como mecanismo de mejoramiento continuo y de cuyo ejercicio se desprenderán: la acreditación de sus programas por parte del Ministerio de Educación Nacional, de acuerdo con los lineamientos del Sistema Nacional de Acreditación y del Consejo Nacional de Acreditación, la certificación TEDQUAL de la Organización Mundial de Turismo, OMT, y otros procesos de este orden que se puedan adelantar en el futuro.

MISIÓN DE LA UNIVERSIDAD

El principio básico del Externado, que ha orientado en todo momento su devenir, en el que se han formado todos sus alumnos y al que debe, junto a su independencia, la prestancia y el respeto que la rodea, es la ética radical. Pauta de conducta inequívoca, inexorable, por cuya aplicación vela todo externadista, que no transige con las faltas de honradez o de carácter. Ese talante está presente en todas las decisiones de la Universidad y en su relación con propios y extraños: lealtad, corrección, pulcritud, que cada cual se exige a si mismo y demanda de los demás.

Como institución de educación superior dedicada a la enseñanza e investigación en Ciencias Sociales, con una concepción humanística, la Universidad Externado de Colombia promueve y practica un absoluto respeto por la vida y la dignidad humana. Su actividad se desarrolla dentro de una filosofía pluralista, abierta a todas las corrientes del pensamiento, ajena al dogmatismo y respetuosa de todos los credos religiosos e ideologías políticas. La Universidad promueve la tolerancia como fórmula para alcanzar la paz y el progreso dentro de la heterogeneidad y considera la diversidad como una de sus mayores riquezas.

El Externado de Colombia tiene confianza y optimismo en la viabilidad de Colombia como nación y trabaja por la reafirmación de la identidad nacional; apoya la integración con los países de América Latina como garantía de una presencia significativa en el concierto internacional y estimula la cooperación con universidades de todo el mundo para mantenerse en contacto con la cultura universal y actualizada frente al avance de las ciencias.

Dentro del espíritu liberal que la anima, la Universidad Externado de Colombia persigue el ideal de la libertad como derecho inalienable del ser humano; tiene fe en la democracia; lucha por el perfeccionamiento del Estado Social de Derecho, en la búsqueda de la igualdad en los planos social y económico y del respeto por los derechos fundamentales. Así mismo, procura la formación integral de sus alumnos: busca forjar verdaderos ciudadanos conscientes de sus compromisos para con la nación; personas íntegras, con independencia de carácter y practicantes de una ética cívica intachable, pública y privada; profesionales solidarios, auténticos, austeros dotados con criterio, capaces de resistir la intimidación, enfrentar la corrupción y contribuir al rescate de la dignidad de la patria.

PRIMERA PARTE

LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

1. MISIÓN DE LA FACULTAD

La Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras es una unidad académica interdisciplinaria de la Universidad Externado de Colombia. Como tal, forma ciudadanos y profesionales con fundamentación científica y humanística integral, con capacidad de liderazgo y espíritu empresarial, sobre la base de unos valores morales y éticos, autodisciplina, responsabilidad social y ambiental. Es igualmente punto de convergencia de sus egresados, para analizar y debatir los grandes temas del fenómeno turístico.

Es una Facultad comprometida con la investigación buscando generar conocimiento que conduzca al mejoramiento de la calidad de vida de los colombianos y al desarrollo y transferencia del conocimiento científico y tecnológico para los destinos y para las organizaciones tanto en el campo educativo como empresarial. Para el logro de estos objetivos misionales está atenta a los cambios y a las transformaciones mundiales que le permiten formular y poner en marcha propuestas de desarrollo humano sostenible, desde una perspectiva interdisciplinaria e intersectorial que intervenga, mediante la consultoría y asesoría, en la comprensión y la solución de la problemática del turismo.

La Facultad es consciente de que la calidad de sus docentes y estudiantes es fundamental en el proceso de formación. Por ello, establece estímulos y les brinda herramientas pedagógicas que les permitan mejorar sus capacidades y conocimientos. Así mismo, brinda un adecuado soporte a su personal administrativo para que efectúe sus labores con mística, motivación, eficiencia y calidad.

2. VISIÓN DE LA FACULTAD

La Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia será líder en el país y en Latinoamérica en el desarrollo y generación de conocimiento científico y tecnológico para el sector turístico¹; en la investigación aplicada de sus problemas; y en la oferta de programas de excelente calidad académica, en pregrado, posgrado, en educación continuada, asesoría, consultoría y extensión social. Por ello, será el órgano consultivo y asesor del Estado y del sector privado para la formulación,

1. El Turismo se entiende como un hecho social que implica movimiento o desplazamiento, en donde el turista va al encuentro de unos atractivos para buscar recreación y descanso. Este desplazamiento genera, entre otras, actividades relacionadas con el alojamiento y la prestación de servicios.

puesta en marcha y evaluación de políticas y proyectos de desarrollo y abanderará los procesos de cambio en la formación turística universitaria en el país.

Los profesionales universitarios egresados de los programas académicos de la Facultad serán líderes en la construcción de conocimiento aportando al sector y proyectándose en el ámbito nacional e internacional, con una formación interdisciplinaria, humanística e integral, que se plasme en un compromiso ético; agentes del desarrollo regional y local; con visión global del entorno; con alta capacidad analítica y crítica; creativos e innovadores; con competencias para asumir los aportes de las corrientes contemporáneas del pensamiento complejo y las visiones holísticas, y en este horizonte, generadores de iniciativas.

La Facultad estará comprometida con el desarrollo turístico sostenible y con el mejoramiento de la calidad de vida a través del diseño de propuestas para un adecuado uso del tiempo libre. En esa medida, sus programas formarán ciudadanos y profesionales sensibles a las realidades políticas, sociales, económicas, culturales y ambientales del país.

3. OBJETIVOS DE LA FACULTAD

Construir una comunidad académica de alto nivel que permita a la Facultad y a la sociedad enriquecer su saber en el campo del turismo, con los nuevos aportes de las ciencias sociales y con un gran contenido humanístico y universal.

Apoyar la gestión y puesta en marcha de planes y proyectos turísticos de las entidades públicas y privadas del orden nacional, regional y local, para proyectar la Facultad como un ente asesor y consultivo en el diseño de planes de desarrollo turístico y políticas públicas de desarrollo turístico, cultural y modelos de gestión, en el país y a nivel internacional.

Diseñar y ofrecer programas en pregrado y posgrado de alta calidad académica, para responder a las demandas del sector y contribuir a generar, recontextualizar y difundir conocimiento en este campo a nivel nacional e internacional; procurando que sean homologables en el exterior, facilitando la doble titulación de los egresados, y abriéndoles así un mayor campo de acción.

Suscribir convenios de cooperación con entidades públicas y privadas nacionales e internacionales que faciliten el intercambio de docentes y estudiantes; la realización de investigaciones conjuntas; la realización de las prácticas profesional, extracurricular e intersemestral; el enriquecimiento de actividades y experiencias académicas; y la producción de material bibliográfico.

Generar los espacios académicos para garantizar el mejoramiento continuo del equipo de docentes, investigadores y personal administrativo de la Facultad.

Promover la investigación como soporte fundamental de la formación con los programas de pregrado y posgrado, para la construcción de procesos de excelencia académica.

Proponer y desarrollar proyectos de investigación aplicados a los ámbitos territorial, sectorial y empresarial.

Impulsar procesos de consultoría, asesoría y educación continuada para atender las necesidades del sector turístico nacional e internacional.

Ofrecer capacitación de excelente calidad académica en educación continuada, que brinde herramientas para la actualización y desarrollo de habilidades y destrezas propias del sector turístico.

Fortalecer la producción académica de publicaciones y estimular la producción intelectual de los miembros de la comunidad académica para lograr el intercambio de saberes y facilitar el diálogo entre pares académicos.

4. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA FACULTAD

La Universidad Externado desarrolla sus fines en el marco de una estructura federada, razón por la cual su labor y la de cada unidad académica es regida por el Consejo Directivo de la Universidad y los consejos de las facultades.

En el marco de los objetivos, metas y estrategias contemplados en el Proyecto Académico del Programa, y los principios expresados en la Misión institucional, ésta se ha ido transformando y ha consolidado una estructura organizacional flexible, que atienda eficiente y eficazmente las necesidades administrativas, operativas y de gestión, demandadas por la misma.

La Facultad cuenta con un Consejo Directivo, con representación de docentes y estudiantes; una Decanatura y tres áreas de responsabilidad: Pregrado, Investigación y Posgrado. El Pregrado gestiona procesos académicos, administrativos, reglamentarios, de construcción curricular, de autoevaluación, acreditación y certificación de la calidad, y propende permanentemente por la calidad y coherencia, pertinencia y eficacia de los mismos, en el marco del Modelo Pedagógico Construcción Social del Conocimiento. El área de investigación recontextualiza, transforma y difunde conocimiento, además brinda asesoría y consultoría. El área de posgrados desarrolla programas de maestría y especialización.

Los aspectos misionales que se relacionan con la extensión y con la proyección social surgen tanto de los avances de la investigación como de las experiencias de los programas de pregrado, posgrado y educación continuada.

La siguiente gráfica presenta la Estructura Organizativa de la Facultad:



Fuente: Facultad Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. 2019.

El Consejo Directivo está compuesto por representantes de los profesores y estudiantes y es presidido por el Decano. Aquel tiene el carácter de cuerpo asesor y le compete prestar asistencia en lo académico, lo docente y lo disciplinario, tanto a la dirección de ella como de la Universidad y resolver los asuntos que le corresponden conforme al estatuto y al reglamento.

5. CENTROS DE RESPONSABILIDAD

La Decanatura dirige la Facultad de acuerdo con la misión, las políticas institucionales y la orientación rectoral; realiza las gestiones ante el sector público y empresarial, así como la proyección internacional de la Facultad en general, apoyándose en las respectivas Coordinaciones y en el área de Posgrados y Educación Continuada, dependiendo de la temática y programa de que se trate.

El área de Posgrados y Educación Continuada se encarga de planear, dirigir, controlar y evaluar las actividades administrativas y académicas, propias de los programas adscritos a esta área, con el propósito de contribuir al desarrollo del sector turístico en general y a la consolidación de la Facultad en el medio.

La Coordinación de Investigaciones es la responsable de fomentar, dirigir, desarrollar y apoyar estas actividades, además de generar en docentes y estudiantes un espíritu crítico, ético y estético; promover la capacidad de análisis y comprensión, al igual que aportar a la generación y recontextualización del conocimiento. Se cuenta con líneas de investigación a través de las cuales se vincula a la comunidad académica y se tienen publicaciones periódicas entre las que se destaca el Anuario Turismo y Sociedad.

La Coordinación de Investigaciones cuenta con un equipo de docentes investigadores de medio tiempo y tiempo completo que, además de ejercer dichas actividades, se vinculan a programas de asesoría y proyección social, a través de proyectos que se adelantan con comunidades locales, con entidades territoriales, micro y pequeñas empresas del sector, en los ámbitos local, regional y nacional.

El pregrado cuenta con su correspondiente coordinación académica, responsable de gestionar, entre otros, los procesos pedagógicos, académicos, administrativos, reglamentarios, de autoevaluación, acreditación y certificación de la calidad del pregrado, y contribuye con la consolidación de la calidad y pertinencia del currículo del programa. A esta le dan soporte la Coordinación de Convenios, Prácticas y Eventos y la Coordinación de Mercadeo y Comunicaciones.

Anualmente, cada uno de los centros de responsabilidad identificados anteriormente deben realizar un ejercicio de planeación estratégica, cuyos resultados son consignados en el informe que se le presenta al Rector cada año en el mes de diciembre, dicho informe evalúa las acciones efectivamente realizadas durante los dos períodos académicos, las confronta con lo proyectado al inicio del año y recoge las prospectivas para el siguiente año.

El informe al Rector fija el rumbo de las acciones anuales y constituye la base para la elaboración del presupuesto y toma de decisiones para el siguiente periodo. Las decisiones se toman por consenso, en el Comité de la Facultad. Este, lo integran la Decanatura, el Área de Posgrados y las Coordinaciones Académica, de Investigaciones, de Convenios, Prácticas y Eventos, y de Mercadeo y Comunicaciones; en él se discuten los planes de acción de cada una de las áreas y constituye un medio informativo del trabajo que se adelanta en cada uno de los centros de responsabilidad.

En razón a que los objetivos específicos de cada área se determinan conjuntamente y

de manera individual, entre la Decanatura y el Área de Posgrados y las Coordinaciones Académica, de Investigaciones, de Prácticas y Convenios, Eventos y Comunicaciones, periódicamente se hacen revisiones del progreso de cada uno de los planes de acción; por tanto, podría decirse que en la Facultad se trabaja bajo los principios de una administración por objetivos.

La Facultad trabaja, además, con base en principios del mejoramiento continuo, por lo que posee una clara cultura de evaluación, revisa permanentemente sus procesos para hacerlos más productivos y es reconocida por su orientación hacia la comunidad académica interna como a la comunidad externa relacionada con el pregrado.

6. CONVENIOS DE INTERCAMBIO ACADÉMICO, MEMBRESÍAS, COOPERACIÓN ACADÉMICA Y PRÁCTICA PROFESIONAL, ASOCIACIÓN Y COOPERACIÓN

El siguiente cuadro presenta la información mencionada en el numeral 6.

EMPRESA O INSTITUCIÓN	TIPO DE CONVENIO					
	Intercambio académico	Membresías	Cooperación académica	Práctica empresarial	Doble titulación	Redes de investigación
Universidad Anáhuac de Cancún S.C. (México)	x		x			
Universidad Anáhuac (México)	x		x			
Universidad de Las Américas de Puebla (México)	x		x			
ECOSUR - Colegio de la Frontera Sur (México)			x			
Universidad de las Islas Baleares (España)	x		x			
Universidad de Girona (España) (Maestría de Planificación y Gestión de Turismo)					x	
Universidad de las Islas Baleares (España) (Programa de Doctorado en Turismo)			x			
Universidad de Valencia (España)	x					
ESADE (España)			x			
Universidad de Carolina del Sur (University of South Carolina) (Estados Unidos)			x			
Universidad de Lovaina (Bélgica)	x					
Universidad de Angers (Francia)	x					
Universidad FH Worms (Alemania)*	x					
Universidad FH Jonnaneum (Austria)*	x					
Universidad de Deusto (España)*	x					
Universidad de Málaga (España)*	x					
Fundación Armando Alvares Penteado (Brasil)*	x					
Convenio Sigueme (Colombia)*	x					
Universidad Nacional de Quilmes (Argentina)*	x					
Universidad Católica de Cuyo (Argentina)*	x					
Universidad Nacional del Sur (Argentina)*	x					
Universidad Andrés Bello (Chile)	x					
Universidad San Ignacio de Loyola (Perú)	x					
Universidad San Martín de Porres (Perú)	x					
Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas -UPC (Perú)						

Universidad Simón Bolívar (Venezuela)	x				
Shangri-La Hotels & Resorts (Medio Oriente)				x	
HMS (Casa Bonita Nature Resort & Spa y Punta Rucia Lodge SRL) (República Dominicana)				x	
Karisma Hotels & Resorts Corporations Ltda. (México y República Dominicana)				x	
Hotel Hard Rock (Inversiones Zahena S.A.) (República Dominicana)				x	
Marriot Madrid Auditorium (Centro Comercial Portugal S.A.) (España)				x	
Gloria Palace Thalasso Hotels (España)				x	
Arrecife Gran Hotel & Spa (Arrecifes Hoteles S.L.) (España)				x	
Hotel Arts Barcelona (Luxury Hotels International Of Spain Sl) (España)				x	
Restaurante Martín Berasategui (España)				x	
Bluebay Hotels & Resorts (México)				x	
Sonesta El Olivar (Inmobiliaria de Turismo S.A. -ITUSA) (Perú)				x	
Harbour Vilalge Beach Club (Bonaire)				x	
Organización Mundial del Turismo - OMT (Madrid, España)		x		x	
Procolombia (Colombia)				x	
Hoteles Estelar (Colombia)				x	
Hoteles Four Seasons (Hoteles Charleston Bogotá) (Colombia)				x	
Centro de Convenciones Gonzalo Jiménez de Quesada (Katering Blue S.A.S.) (Colombia)				x	
FONTUR (Fondo Nacional de Turismo) (Colombia)				x	
Centro de Convenciones de Cartagena (Grupo Heroica) (Colombia)				x	
Asociación Hotelera y Turística de Colombia (COTELCO)		x			
The Internacional Council on Hotel, Restaurante and Institucional Education (CHRIE)		x			
Confederación Panamericana de Escuelas de Hotelería, Gastronomía y Turismo (CONPETH)		x			
Red Unitwin - UNESCO (Cátedra Cultura, Turismo y Desarrollo)					x
Red de conocimiento de la OMT					x
Red Bacatá de Inteligencia Territorial – IT					x
Red Internacional de Fuentes de Información y Conocimiento para Gestión de Ciencia, Tecnología e Innovación					x
Red Iberoamericana de Investigación en Imaginarios y Representaciones					x
ATLAS Association of Tourism, Leisure & Research		x			x
Fundación UNWTO. THEMIS			x		

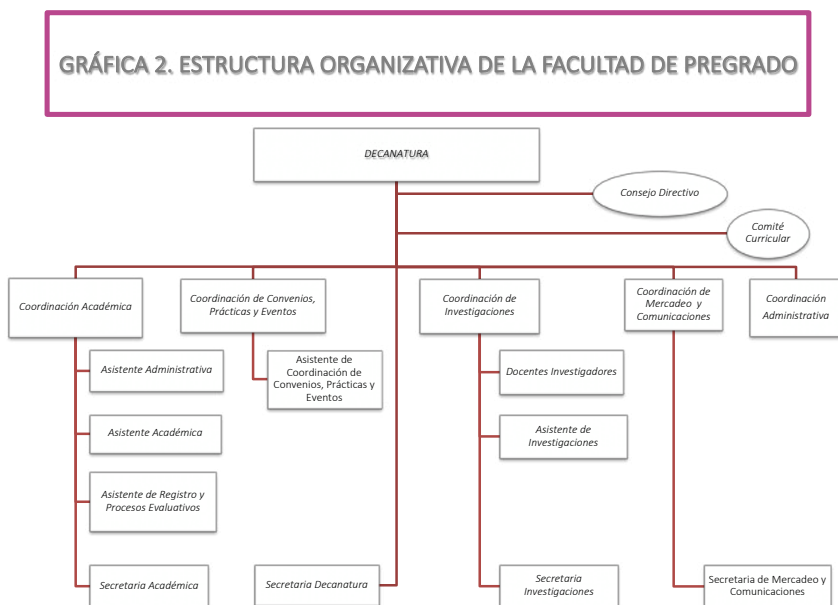
* Convenio firmado por otra Facultad de la Universidad.

SEGUNDA PARTE

PROGRAMA DE PREGRADO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

1. ESTRUCTURA ORGÁNICA DEL PROGRAMA DE PREGRADO

La siguiente gráfica presenta la Estructura Organizativa del programa de pregrado:



Fuente: Facultad Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. 2019.

El programa de pregrado está adscrito a la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras y se sustenta en un trabajo interdisciplinario entre las siguientes coordinaciones: Académica, de Investigaciones, de Convenios, Prácticas y Eventos, de Mercadeo y Comunicaciones y Administrativa.

El pregrado soporta igualmente su gestión en el trabajo académico que se adelanta desde el Comité Curricular, el cual está conformado por estudiantes, egresados, docentes investigadores de tiempo completo y catedráticos. También se apoya en los aspectos reglamentarios y académicos que emanan del Consejo Directivo, como órgano asesor de la Facultad, en cumplimiento con los lineamientos de la Universidad.

El Comité Curricular, creado para fundamentar y retroalimentar permanentemente el currículo del pregrado, tiene la responsabilidad de hacerle seguimiento a los contenidos, en términos de conocimientos, habilidades, actitudes, valores y componentes transversales de los diferentes espacios académicos; generar la política de evaluación del programa, de los docentes y los espacios académicos; determinar las competencias que se pretenden desarrollar en el marco de los perfiles definidos para los estudiantes y egresados; estudiar la pertinencia de las diferentes metodologías pedagógicas y estrategias didácticas; y establecer pautas para las líneas de investigación del programa de pregrado.

La Coordinación Académica es responsable de gestionar los procesos pedagógicos, académicos y reglamentarios del pregrado, y del desarrollo del Plan de Estudios, el cual se estructura a su vez en tres áreas de formación: 1) Administrativa–gerencial, 2) Turística, y 3) Científico–humanística. Para el desarrollo de sus funciones se apoya en el Comité Curricular.

La Coordinación de Investigaciones dirige, desarrolla, promueve y apoya las actividades propias de esta área en el pregrado, en educación continuada y posgrados; lidera el proceso de formación para la investigación; y coordina, a través de las líneas, lo relacionado con los trabajos de grado de los estudiantes.

La Coordinación de Convenios, Prácticas y Eventos gestiona los procesos relacionados con la internacionalización, derivados de la gestión de los convenios nacionales e internacionales de colaboración en temas como movilidad, doble titulación y educación transnacional. Asimismo, desarrolla la consecución de la práctica profesional, extracurricular e intersemestral directamente, por medio de convenios o acuerdos establecidos por sugerencia de los estudiantes, o iniciativas propias. También coordina los eventos organizados por la Facultad.

La coordinación administrativa: sus funciones están direccionadas, especialmente en lo relacionado con la gestión de las publicaciones de los docentes investigadores de la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

La Coordinación de Mercadeo y Comunicaciones se encarga de manejar la visibilidad de la Facultad y el programa de pregrado a nivel nacional e internacional. Asimismo, maneja las comunicaciones de la Facultad.

2. ANTECEDENTES DEL PROGRAMA

La historia de la Facultad se remonta a finales de la década de los años sesenta del siglo XX, cuando el Gobierno nacional calificó al turismo, por entonces, como una actividad generadora de divisas, de empleo y de crecimiento urbano y regional, con el propósito de que se constituyera en factor de desarrollo económico y social y gozara de especial protección y fomento por parte del Estado. Dicha iniciativa quedó consignada en la Ley 60 de 1968, denominada Ley Marco del Turismo.

Para la década de los 70s el desarrollo de ésta actividad era significativa, la cual se manifestaba en la nueva oferta habitacional y de los servicios turísticos ofrecidos; el aumento de la demanda por parte del turismo extranjero; el crecimiento del turismo nacional o doméstico, y sumándose a éste, la generación de un turismo subsidiado, también llamado “Turismo Social”, el cual se estaba promoviendo a través de planes gubernamentales y del sector privado. Las anteriores situaciones demandaban, a su vez, de un profesional que pudiera abordar dicha actividad bajo nuevos criterios. Así lo manifestó el departamento de Planeación Nacional, en el año 1971: “El crecimiento acelerado de la Hotelería, Agencias de Viajes y Transportes Turísticos están exigiendo, sin embargo, cada vez con mayor urgencia la preparación profesional en número y calidad superior. La carencia del personal especializado para la atención hotelera y servicios complementarios incide directamente en la deficiente calidad de la oferta, en tremendos sobrecostos de operación del sector. La falta de personal técnico especializado en investigaciones turísticas, estudios de mercado, promoción de demanda, estadísticas y otros inciden desfavorablemente en el cumplimiento de los planes nacionales”.

Este nuevo escenario demandaría planes de estudio para la formación del recurso humano tanto a nivel técnico y tecnológico como profesional universitario; anotando aquí, que el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) venía atendiendo los dos primeros niveles. En cuanto al segundo, era necesario estructurar un programa académico a dicho nivel, puesto que no existía. Se requería de un profesional que estuviera en capacidad de orientar, promover y desarrollar la actividad turística con una visión integral.

Bajo este contexto, y ante estas nuevas perspectivas, la Universidad Externado de Colombia asumió el reto de dar respuesta con un programa académico del más alto nivel y suplir así, esta necesidad de desempeño profesional. En el mes de octubre de 1972, la Facultad de Ciencias Económicas elaboró el anteproyecto del programa de Gerencia Hotelera y de Turismo, para lo cual tomó como uno de los referentes internacionales el programa de Administración Turística y Hotelera de la Universidad Autónoma de Guadalajara en México. Además de lo anterior, El Externado conoció otras experiencias, del mismo tipo, en países europeos y americanos, y tuvo en cuenta, las necesidades del país en materia de formación del recurso humano a dicho nivel.

El 11 de enero de 1974 inició labores académicas el programa denominado Gerencia Hotelera y de Turismo, expidiendo el título de Administrador de Hotelería y Turismo. Dicho programa estaba adscrito a la Facultad de Ciencias Económicas, como departamento junto con los de Economía, Administración de Empresas y Contaduría. El programa, después de la visita reglamentaria por parte del ICFES, expide el Acuerdo número 201 del 12 de septiembre de 1975, por el cual le concede la licencia de funcionamiento. Posteriormente, fue aprobado mediante acuerdo 96 del 23 de julio de 1979, y por Resolución No. 15485 del 11 de septiembre de 1979 del Ministerio de Educación.

En su conjunto, el diseño académico final, fue un programa totalmente nuevo, que intentaba conciliar el énfasis que las escuelas europeas solían conceder a la calidad de

los servicios y al refinamiento del área de alimentos y bebidas, con las más modernas tendencias del “management” empresarial, más propios de la escuela norteamericana, cuyo respectivo énfasis se centraba en la planeación, las finanzas y el mercadeo.

En el año 1987, el Consejo Directivo de la Universidad, como consta en el Acta número 001 transforma a dicho departamento en Facultad, quedando con la misma denominación de Administración de Hotelería y Turismo, cuyo título expidió hasta octubre de 1993. A partir del año 1994 y de acuerdo con el Acta No. 11 del 22 de septiembre de 1993, el Consejo Directivo de la Facultad autorizó el cambio de la denominación del programa por el de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, que conduce al título correspondiente, lo cual quedó registrado en la resolución del ICFES número 584 del 04 de abril de 1994.

El programa de pregrado ha sido sometido a algunos ajustes, para estar acorde con la realidad. Para ello se han tenido en cuenta las tendencias de la educación superior, las características cambiantes del país y la dinámica del sector turismo tanto nacional como internacional; como resultado se han realizado cuatro ajustes curriculares desde su creación, en los años 1976, 1982, 1993 y 1998; y un rediseño curricular en el 2011.

La Facultad durante su historia ha presentado un conjunto de logros en el ámbito académico e investigativo, que a la vez se han constituido en aportes significativos para el desarrollo del sector turístico, el cual en las actuales condiciones del contexto nacional y global se perfila como el eje del avance social, económico y cultural del país.

Es de anotar, que una de las características que identifica al programa, desde su creación, es la indagación constante de la realidad socio-económica en la que se inscribe el sector turístico del país; por ello ha desarrollado una creciente actividad investigativa que se hace visible a través de actividades relacionadas con el desarrollo de proyectos para el sector público y para el sector empresarial, en las escalas local, regional y nacional. Además, conformó el grupo de investigación Turismo y Sociedad, reconocido como tal por Colciencias en el 2003 en categoría D a través de su proceso de recategorización finalizando el año 2009; y sus trabajos se divulgan, entre otros, en el Anuario que lleva el mismo nombre, el cual está indexado por dicha institución en categoría C. Pertenecer a las bases de datos internacionales Clase, Engage Learnig, Dialnet, SSRN, OJS (Open Journal System), E-Revistas (Portal de revistas académicas de España y Latinoamérica), DOAJ (Directory of Open Access Journals) y EBSCO (México).

Así mismo, ha venido consolidando su liderazgo sectorial en materia de programas de Posgrados, entre los cuales se encuentra la Maestría en Planificación y Gestión del Turismo (Reg. MEN 101370 de 2011) y varias Especializaciones. De igual manera, en el área de Educación Continuada cuenta con una amplia oferta de Seminarios, Cursos y Diplomados. El radio de acción de todos ellos, está en Bogotá y en las principales

ciudades del país; y en algunas oportunidades se ha extendido a países vecinos como Costa Rica, Ecuador, Panamá, Perú y Venezuela.

Con relación a los procesos de Certificación y Acreditación, la Facultad, en el mes de septiembre de 2001, decidió someterse voluntariamente a la evaluación de calidad académica internacional para programas de educación en turismo, y obtuvo la Certificación de Calidad TEDQUAL de la Organización Mundial del Turismo, la cual fue renovada en 2006, 2014 y en 2018.

En cuanto a la Acreditación Nacional, en mayo de 2002, tras un juicioso proceso de autoevaluación y en el marco de los lineamientos fijados por la Rectoría de la Universidad Externado de Colombia y por el Consejo Nacional de Acreditación, el programa de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras fue acreditado por un período de tres años, mediante Resolución 1026 del 14 de mayo de 2002 del Ministerio de Educación Nacional.

Posteriormente, y mediante las Resoluciones 5667 del 20 de septiembre de 2006 y 3376 del 16 de marzo de 2015, el Ministerio de Educación Nacional renueva la acreditación voluntaria al programa de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras por el término de siete y ocho años, respectivamente.

En relación con el registro calificado, este se otorga mediante Resolución 110 del 21 de enero de 2009 y se renueva, según Resolución 8485 del 11 de junio de 2015, por el término de siete años. El Ministerio de Educación Nacional aclaró que por ser un programa en funcionamiento mantiene el código SNIES 1116.

En marzo de 2011, dicho Ministerio aprobó la solicitud de modificación relacionada con un rediseño de los aspectos curriculares del pregrado, en concordancia con lo estipulado en el artículo 42 del Decreto 1295 de 2010.

3. PROPÓSITOS DE FORMACIÓN DEL PROGRAMA

- Formar ciudadanos y profesionales integrales con capacidad de liderazgo organizacional tanto en el sector público como en el privado, que puedan responder a las nuevas tendencias y paradigmas de nuestro tiempo y mantener una cultura propicia para el aprendizaje continuo.
- Desarrollar en los estudiantes actitudes y habilidades investigativas para construir, transformar y aplicar el conocimiento sobre la gestión integral del turismo y sus organizaciones.
- Aportar herramientas teóricas y metodológicas a los estudiantes, que les permitan diseñar, implantar y evaluar planes de desarrollo turístico, formular políticas pú-

blicas y modelos de gestión de destinos, entre otros, en el ámbito internacional, nacional, regional y local.

- Generar en los estudiantes conciencia y sensibilidad hacia su entorno, y capacidad de establecer relaciones entre los modelos sociales, planes de desarrollo, políticas gubernamentales y proyectos nacionales y sectoriales para que en su quehacer profesional sean altamente responsables frente al desarrollo y gestión de proyectos turísticos con un enfoque de sostenibilidad y responsabilidad social.
- Estimular el estudio de diversos idiomas, para alcanzar mayores niveles de competitividad de los egresados en su desempeño personal, académico y profesional.

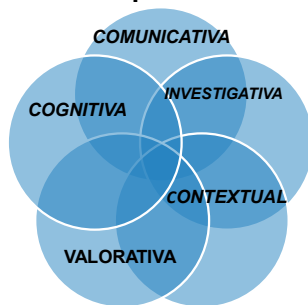
4. PERFILES

4.1 Perfil profesional del egresado. Competencias

El egresado del programa será un ciudadano y profesional con proyección nacional e internacional, con conocimiento y liderazgo en el campo de la gestión pública y privada del turismo, con fundamentación científica y humanística integral y compromiso ético. Lo anterior se logrará con el desarrollo de las siguientes competencias genéricas y específicas. El siguiente gráfico presenta las competencias genéricas que debe desarrollar el Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras:

4.1.1 Competencias genéricas

Gráfico 3: Competencias Genéricas



Fuente: Taller 5. Construcción Curricular. Facultad Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. 2009.

Cognitiva. Referida a la capacidad para construir y sustentar el saber de un cuerpo disciplinar específico y la apropiación del conocimiento especializado.

Comunicativa. Entendida como la capacidad para interactuar por medio del lenguaje,

ubicarse en situaciones específicas y extender a contextos amplios los procesos de comprensión y producción de discursos diversos. Las habilidades de “hablar, escuchar, leer y escribir” se fundamentan en esta competencia.

Contextual. Entendida como capacidad del sujeto para comprender, interpretar y resignificar la realidad en sus diferentes manifestaciones, comprometiéndose con la búsqueda de soluciones que den respuesta a problemas detectados.

Valorativa. Que tiene que ver con la capacidad del sujeto para producir, intervenir y adherir a sistemas de valores, partiendo de su propia reflexión y de la construcción dinámica del yo individual y social.

Investigativa. Entendida como la capacidad para observar, analizar, evaluar, sintetizar y aplicar argumentos y evidencias para transformar y crear conocimientos.

4.1.2 Competencias específicas

Dirige y gestiona competitivamente organizaciones públicas y privadas en general y en particular aquellas con énfasis en turismo.

Dirige y gestiona de manera efectiva destinos turísticos, cadenas de valor de la actividad y las organizaciones que la componen.

Actúa en el entorno turístico nacional e internacional, de manera asertiva, creativa, proactiva e innovadora, con responsabilidad social y ética.

Formula, gestiona y ejecuta políticas públicas relacionadas con el desarrollo sostenible del turismo, en respuesta a las necesidades actuales y futuras.

Enfrenta retos empresariales y organizacionales con actitud emprendedora.

Crea emprendimientos creativos e innovadores que den respuesta a las necesidades del sector con responsabilidad social.

4.2 Perfil ocupacional del egresado

El Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Facultad estará en capacidad de participar en el diseño, formulación, ejecución y evaluación de políticas, planes y programas de desarrollo del turismo; participar en actividades de investigación, asesoría, consultoría y extensión social; gestionar destinos turísticos y crear y gestionar empresas de todo orden y, en particular, organizaciones de servicios relacionadas con hotelería y

turismo, ocio y tiempo libre, entre las cuales se pueden identificar:

- Sector público: Ministerios, oficinas de turismo de nivel nacional, regional y local, burós de convenciones, organizaciones público-privadas para la gestión de destinos, oficinas o secretarías de cultura, planeación, entre otras, que requieran apoyo en turismo.
- Establecimientos de alojamiento como hoteles, hostales, resorts, campamentos, casas fiscales, fincas de agroturismo, franquicias, operadoras hoteleras, entre otros.
- Establecimientos de alimentos y bebidas como restaurantes, cadenas de comidas rápidas, empresas de catering, casinos institucionales comerciales y de tipo social, casas de banquetes y organizaciones de suministros o producción de alimentos para terceros.
- Agencias de viajes operadoras, mayoristas y viajes y turismo
- Instituciones de animación socio-cultural, como empresas de recreación, parques recreativos, temáticos y naturales, clubes, casinos de juegos, museos, entre otros.
- Empresas operadoras de congresos, ferias y centros de convenciones.
- Empresas de transporte (líneas aéreas, arrendadoras de vehículos nacionales e internacionales, cruceros, de pasajeros y transporte terrestre).
- Empresas de representaciones turísticas.
- Empresas de transporte dedicadas a la operación de turismo especializado.
- Emprendimientos innovadores de diferentes sectores.

5. CUALIDADES DE LOS ESTUDIANTES

Disposición para el autoaprendizaje, que le permita asumir su formación personal, profesional y social desde un horizonte universal que enriquezca y potencie su talento humano.

Capacidad para el desarrollo de actitud crítica, autónoma y reflexiva alrededor de su cotidianidad y de su desempeño profesional.

Disciplina personal para el trabajo intelectual que le permita adquirir los conocimientos, las destrezas y habilidades para ser un excelente profesional y ciudadano, con un proyecto de vida comprometido con el país y el desarrollo de su profesión.

Capacidad de comprensión, análisis y comunicación.

Disposición para el trabajo en equipo.

Actuar bajo los principios de la ética centrada en el desarrollo humano y la convivencia, que le permita comunicarse con sus compañeros, profesores, directivos, y representar dignamente a la Universidad en el ejercicio de sus propósitos misionales.

Actitud abierta para enriquecer sus conocimientos y destrezas en otros campos del saber.

Aptitud para el aprendizaje de idiomas.

6. CONCEPCIÓN DE LA FORMACIÓN INTEGRAL DEL PROGRAMA

La Misión Institucional de la Universidad define la formación integral de sus alumnos, la cual compromete a la Facultad en “forjar verdaderos ciudadanos conscientes de sus compromisos para con la nación; personas íntegras, con independencia de carácter y practicantes de una ética cívica intachable, pública y privada; profesionales solidarios, auténticos, austeros, dotados con criterio, capaces de resistir la intimidación, enfrentar la corrupción y contribuir al rescate y a la conservación de la dignidad de la patria”.

La Facultad tiene como propósito fundamental adelantar estos procesos formativos desde la mediación que apoya la construcción de una cultura, de la responsabilidad frente a las circunstancias que caracterizan la realidad nacional y desde el compromiso de propiciar un desarrollo disciplinar en las diferentes áreas del Programa que al integrarse en los procesos de enseñanza prepara a los alumnos para el ejercicio responsable y creativo de la profesión. Para ello actualiza de forma permanente el currículo y se compromete a asumir las nuevas teorías y enfoques acerca del turismo como hecho social, que aporten al mejoramiento de la calidad de vida; al fortalecimiento de la identidad nacional, regional y local, y al rescate de nuestro patrimonio natural y cultural para el desarrollo del país.

Para lograrlo ha ofrecido en la Universidad el espacio para que los alumnos construyan los conocimientos y desarrollen las habilidades, actitudes y valores necesarios para responder a los retos de la formación profesional como personas y ciudadanos, con responsabilidades éticas, intelectuales y sociales. En una permanente reflexión sobre la “enseñabilidad” de los saberes, facilita el diálogo de estos entre las diferentes disciplinas que se articulan en los espacios académicos, frente a la problemática cada vez más interdependiente de los sectores económicos, y en los ámbitos social, político, cultural y ambiental. A su vez se constituye en un modo de abordar el conocimiento, el trabajo

pedagógico y las metodologías para el logro de la convergencia de los diversos saberes comprometidos con la formación.

Esta perspectiva mantiene una estrecha relación con el *desarrollo humano* sostenible, como principio de la “educabilidad” de los estudiantes, que propicia el desarrollo de competencias genéricas y específicas para favorecer una relación armónica entre el ser humano, la naturaleza, la cultura y la sociedad.

La *libertad* y el libre examen de los temas y problemas más relevantes de nuestra sociedad, de sus organizaciones e instituciones, orientan el desarrollo de los proyectos semestrales y fortalece en los estudiantes el espíritu científico, el permanente deseo de conocer, organizar información con criterio sobre lo relevante y lo no relevante, resolver problemas, trabajar en equipo y desarrollar habilidades de comunicación y de gestión.

En este marco se impulsa la construcción de los valores humanos de ética, justicia, equidad, libertad, respeto, solidaridad, en todos los procesos académicos formales y no formales de la Facultad, para fortalecer el sentido de pertenencia y la identidad de los estudiantes con la Universidad y su entorno.

La Facultad se enriquece con las innovaciones contemporáneas, producto de la globalización del conocimiento y la información por medio de la investigación y los convenios, y rescata la dimensión integral formadora de las prácticas profesionales, intersemestrales y extracurriculares en la formación de ciudadanos que aportan a la construcción de un proyecto de Nación desde el ejercicio profesional de la administración de empresas turísticas y hoteleras.

7. CONCEPCIÓN CURRICULAR

El proyecto curricular del programa responde a una visión compleja, investigativa e integral del currículo y se basa en los siguientes principios:

Integralidad. En una mirada integral se contemplan los conocimientos fundamentales que los estudiantes deben construir, las habilidades que desarrollarán en los espacios de la práctica y las actitudes y valores que construirán en su proceso de formación en la Universidad.

Flexibilidad. Se expresa en diferentes momentos de su desarrollo, pues el diseño propuesto hace énfasis en el trabajo del estudiante y en su capacidad de acceder autónomamente a recursos de información para construir conocimiento y alcanzar los propósitos de formación.

Interdisciplinariedad. Las prácticas de enseñanza procuran formar a los estudiantes en criterios y metodologías que integren los saberes de la administración y el turismo con los fundamentos científicos y humanísticos. De hecho la organización curricular desde las áreas y sus preguntas generadoras integran disciplinas y saberes diversos, tanto por semestres como en los módulos propuestos en la formación turística y administrativa gerencial.

Centrado en el aprendizaje significativo que se nutre de las informaciones y conocimientos que el estudiante posee, y que se enriquece y modifica a partir de los nuevos conceptos que aportan los programas.

Centrado en el principio de “aprender a aprender”. La educación debe promover la capacidad de los alumnos de gestionar sus propios aprendizajes, adoptar una autonomía creciente en su carrera académica y dotarles de herramientas intelectuales y sociales que les permitan un aprendizaje continuo a lo largo de toda su vida.

Evaluación. La evaluación realizada durante todo el proceso de enseñanza y aprendizaje retroalimenta de forma permanente tanto al estudiante como al profesor en el desarrollo de las diferentes actividades, y toma como base las debilidades presentadas con el fin de fortalecerlas.

Se fundamenta en la investigación como un ejercicio integrador entre los docentes y articulador entre las áreas. Las preguntas (por área, por semestre y por espacio académico) y los proyectos integradores permiten incentivar diálogos y debates en los distintos espacios académicos, así como ejercicios comunicativos e investigativos que integren conocimientos interdisciplinarios.

Caracterización de competencias como mecanismo para alinear los perfiles definidos para los egresados, con los contenidos, los propósitos de formación, las estrategias pedagógicas y los sistemas de evaluación.

8. CONSTRUCCIÓN CURRICULAR

Se parte de considerar el currículo como una construcción social permanente de negociación, reelaboración y transformación que requieren comprender el proceso, la práctica, el discurso y asumir la responsabilidad de su desarrollo, favoreciendo la integración entre la teoría y la práctica en el proceso de formación profesional.

Se reflexiona a partir de las siguientes ideas (Barnett, 2001, 20):

- ¿Es posible una concepción más abierta del currículo, que sea adecuada para una educación superior que sostenga una relación más directa con la sociedad y esté sustentada en una concepción más abierta del ser humano?”
- “... los académicos, tienen una determinada visión respecto de la cambiante relación con la sociedad. Esta visión varía según la disciplina y la institución de que se trate. Algunos observan con ansiedad las nuevas relaciones, mientras que otros encuentran oportunidades de nuevos diseños curriculares y actividades profesionales”.
- “Un currículo es la presentación de lo que se considera importante como conocimiento en varios sentidos. Representa una identificación previa del conocimiento válido, aunque sea en campos epistémicos particulares. El ordenamiento y la presentación de estos elementos de conocimiento en un currículo reflejan una sensación por parte del educador de lo que es importante como acto de conocimiento genuino. Más aún, la relación pedagógica que el educador determina para su currículo constituye en sí misma un marco epistemológico. El medio es el mensaje”.

Una de las funciones de la educación futura debe ser promover la capacidad de los alumnos de gestionar sus propios aprendizajes, adoptar una autonomía creciente en su carrera académica y dotarles de herramientas intelectuales y sociales que les permitan un aprendizaje continuo a lo largo de toda su vida. En una sociedad cada vez más abierta y compleja hay una insistencia creciente en que la educación debe estar dirigida a promover capacidades y competencias y no sólo conocimientos cerrados o técnicas programadas. Diseñar nuevos currículos que sirvan no sólo para aprender sino también para seguir aprendiendo (Pozo y Monereo, 2001).

Se debe pensar en qué es lo esencial en el currículo de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras y cómo se aprende el conocimiento.

En una mirada integral se contemplan los conocimientos fundamentales que los estudiantes deben construir, las habilidades que desarrollarán en los espacios de la práctica, las actitudes, valores y componentes transversales que construirán en su proceso de formación en la Universidad.

Conocimientos. Para saber un tema no basta con estar informado en el sentido de conocer una serie de datos. Es preciso además comprenderlos, es decir, establecer relaciones significativas entre ellos, para lo cual se requiere disponer de conceptos que den significado a esos datos. Los conceptos nos permiten organizar la realidad y poder predecirla, así como reconocer clases de objetos o hechos a los que podemos atribuir características similares más allá de ciertos cambios aparentes.

Los conceptos científicos que son objeto de aprendizaje en la formación profesional pertenecen a sistemas conceptuales organizados, es decir, forman parte de una jerarquía o red de conceptos. Entonces, una característica fundamental de ellos es que están relacionados con otros conceptos, de forma que su significado proviene en gran medida de su relación con esos otros conceptos. Para aprender un concepto es necesario, por tanto, establecer relaciones significativas con otros conceptos. Cuanto más amplia y profunda esté la red de conceptos que posee una persona en un área determinada, mayor será su capacidad para establecer relaciones significativas y por tanto para comprender los hechos propios de esa área.

Cada disciplina científica se caracteriza por tener sistemas conceptuales y bases de datos propios, y dentro de los conceptos científicos que deben aprender los estudiantes puede establecerse una distinción entre los principios o conceptos estructurantes y los conceptos específicos. Los principios serían conceptos muy generales, de un gran nivel de abstracción que subyacen a la organización conceptual de un área y estarían en la parte superior de la jerarquía curricular. Los conceptos específicos constituyen el listado habitual de contenidos conceptuales y estarían subordinados a los principios. Por lo tanto, la distinción entre los diversos niveles en la jerarquía conceptual debe entenderse como algo gradual.

Habilidades. Implican la destreza para ejecutar una cosa, o capacidad y disposición para negociar y conseguir los objetivos a través de unos hechos en relación con las personas, bien a título individual o bien en grupo. Son un conjunto de capacidades y conocimientos que una persona posee para realizar las actividades propias de su campo profesional.

Actitudes. Relacionadas con el saber disciplinar y profesional son enseñadas, implícita o explícitamente, por los profesores. Su componente principal es la valoración afectiva de los objetos o hechos, pero contiene a su vez elementos cognitivos y de conducta.

El componente cognitivo es el conjunto de datos e información que el sujeto sabe acerca del objeto o hecho del cual toma su actitud. El componente afectivo se relaciona con las sensaciones y sentimientos que dicho objeto o hecho produce en el sujeto, quien puede tener distintas experiencias con el objeto o hecho. Estos pueden ser positivos o negativos.

El componente conductual hace referencia a las intenciones, disposiciones o tendencias hacia un objeto o hecho.

Se definen también como las predisposiciones a responder de una determinada manera con reacciones favorables o desfavorables hacia algo. Las integran las opiniones o creencias, los sentimientos y las conductas, factores que a su vez se interrelacionan entre sí.

En términos de Barnett, serían las disposiciones el cimiento que necesitan las personas para seguir adelante en un mundo de incertidumbres:

- A aprender
- A involucrarse en nuevos temas y experiencias
- A escuchar
- A involucrarse con el mundo
- A seguir adelante

Valores. Cualidad que tienen las acciones y los comportamientos humanos, que los hacen estimables y deseables por sí mismos y no por relación con alguna otra cosa. Cualidad por la que un ser, una cosa o un hecho despierta mayor o menor aprecio, admiración o estima.

Los valores influyen en nuestra forma de pensar, en nuestros sentimientos y formas de comportarnos; se proyectan a través de actitudes y acciones ante personas y situaciones concretas y suponen un compromiso real y profundo de la persona ante sí misma y ante la sociedad en que vive.

Para Barnett son las cualidades que deben construir los estudiantes para enfrentar un mundo de incertidumbre: coraje, resiliencia, integralidad, autenticidad, auto-disciplina, control, cuidado de sí mismo, respeto, apertura a otras voces y experiencias, generosidad.

La construcción de valores debe contemplar los tres niveles en los cuales se desenvuelve la vida de todo ser humano: cívica o pública, privada o familiar y de trabajo o ejercicio de una profesión.

El proceso de construcción curricular toma como referencia un modelo que integra la teoría y la práctica, a partir de la identificación de los objetos de conocimiento o problemas del saber específico de la administración de empresas turísticas y hoteleras, el reconocimiento de una estructura conceptual que integra conceptos estructurantes y específicos, teorías y principios que responden a los problemas planteados; y la explicitación de los espacios de práctica articulados a los problemas y la estructura conceptual en los cuales se construyen además habilidades, actitudes y valores, y plantea las formas a través de las cuales se construye el conocimiento, los procesos de investigación que articulan problemas, conceptos y prácticas (Gallego Badillo, 1990). El objeto de conocimiento, como problemática del saber, es una objetivación que se realiza desde una construcción teórica preliminar, la cual es preciso consolidar.

“Lo constituye el conjunto de fenómenos o acontecimientos implicados en la realidad de la cual se trate, así como las estructuras conceptuales y metodológicas, lo cual lo convierte en una organización problemática de conocimiento”. En este sentido “el objeto de conocimiento debe ser delimitado precisando su naturaleza y sus contornos problemáticos, por lo que es ya un proyecto de investigación, un conjunto de preguntas surgidas del examen crítico de ese saber que posibilitó la constitución de dicho objeto (Gallego Badillo, 1993, 129).

Esta perspectiva orientó el proceso que se inicia con la formulación de estos objetos de conocimiento para cada una de las áreas que se integran en el currículo, delimitados con la formulación de preguntas generadoras, propuestas desde los fundamentos teóricos de la administración, el turismo y lo científico humanístico, las cuales orientarán la construcción del conocimiento sobre la administración de empresas turísticas y hoteleras en cada uno de los semestres y los espacios académicos (gráfica estructura curricular).

Gráfica 4: Estructura Curricular



Fuente: Taller 2 Construcción Curricular. Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. 2009

A continuación se relacionan las preguntas generadoras y conceptos estructurantes por área de formación del pregrado (cuadro 2).

Cuadro 2:
Preguntas generadoras y conceptos estructurantes por área de formación

ÁREA DE FORMACIÓN	PREGUNTA GENERADORA	CONCEPTOS ESTRUCTURANTES
Administrativa- Gerencial	¿Qué conocimientos, habilidades, actitudes y valores debe desarrollar un estudiante para generar escenarios personales y organizaciones, públicas y privadas competitivas?	Pensamiento administrativo, pensamiento estratégico y gestión organizacional
Turística	¿Cómo generar capacidades críticas, analíticas, interpretativas y propositivas sobre la estructura básica del fenómeno turístico, la gestión de destinos, la empresa turística y las organizaciones que la componen y desarrollar habilidades y destrezas para su adecuada y dinámica gestión?	Cultura y naturaleza, turismo, territorio, servicio, estructura de negocio, legislación, operación (técnica), gestión de destinos y economía de servicios
Científico-Humanística	¿Cómo desarrollar un pensamiento lógico, investigativo, científico y creativo para comprender e interpretar el mundo y actuar con responsabilidad social?	Estado, política, sociedad, comunicación (verbal y escrita), lógica y desarrollo

Fuente: construcción propia

8.1 Contenidos de los espacios académicos por semestre

En el marco de un proyecto curricular innovador, el espacio académico se define como el escenario para la formación integral de los estudiantes, pues permite nuevas formas de aprendizaje más colaborativas, activas y prácticas que valoran la experiencia y el intercambio de conocimientos. Para la comunidad académica de la Facultad, los espacios académicos tienen un carácter multidisciplinario y flexible, propician la articulación de conocimientos, habilidades, actitudes, valores, en torno a las preguntas generadoras y apoyan el desarrollo del proyecto integrador semestral.

Permiten la integración de las tres funciones misionales de la Universidad: docencia, investigación y proyección social para fortalecer la formación de profesionales autónomos y reflexivos. Para garantizar en forma permanente la pertinencia del plan de estudios, el Consejo Directivo de la Facultad, (acta número 6 de 2014), consideró oportuno reorganizar la ubicación de algunos espacios académicos, lo mismo que la denominación, en otros casos.

A continuación se describen los conceptos estructurantes y específicos de los espacios académicos por semestre:

Primer semestre

Organizaciones y empresarios. Conceptos, importancia, tipos y características de las organizaciones; organizaciones turísticas; estructura, clima y cultura de las organizaciones; comportamiento organizacional; factores críticos de éxito y fracaso de los empresarios; modelos contemporáneos de gestión; el cambio organizacional; competitividad; estrategia organizacional.

Administración y gerencia. Los orígenes de la administración; de la revolución industrial al modernismo; el surgimiento de las escuelas administrativas; habilidades gerenciales; enfoques de la administración: clásico, científico, estructuralista, humanista, burocrático y de las relaciones humanas; enfoques del comportamiento, sistémico y de la contingencia; y escuelas de la motivación.

Turismo y servicios de acogida. Instituciones del turismo, tendencias del turismo, ocio, tiempo libre, turismo, turista, conocimiento turístico, sistema turístico, desarrollo turístico, sostenibilidad, competitividad, mercado turístico, destino, organizaciones y servicios de acogida, recursos, atractivos, producto turístico, motivación turística, turismo y TIC, innovación, servicio, superestructura turística, planta turística, cadena de valor, calidad turística, normas técnicas sectoriales.

Contexto I: Componente de historia. Mirada histórica, analítica e interpretativa del período comprendido entre la prehistoria hasta la Revolución Francesa (1789) en Europa y América, teniendo como eje de análisis los viajes y su relación con la cultura, la sociedad, la economía y el entorno ambiental.

Componente comunicación. Perfeccionamiento de habilidades lexicográficas; expresión oral y escrita, consulta de fuentes, comprensión de lectura, elaboración de resúmenes, argumentación, debates y exposiciones y normas de citación y referenciación de Publicación APA.

Matemáticas básicas: funciones, límites, derivadas y aplicación de la derivada.

Instituciones políticas. Estado, tipos de Estado, personas, formas de gobierno y regímenes políticos, norma, ordenamiento jurídico, Constitución Política de Colombia, los derechos y deberes del ciudadano, ramas del poder público en Colombia, organismos de control, organización territorial colombiana, Constitución Económica, empresas, derechos humanos y medio ambiente, Constitución Ecológica.

Idioma I

Segundo semestre

Procesos organizacionales. Escenario para identificar y conocer los macroprocesos básicos organizacionales, a saber: comercial, transformación, contable, financiero, gestión del talento, logística y los elementos de investigación de operaciones. Temas como procesos: financieros, logístico, talento, transformación y comercial, y ruta crítica e investigación de operaciones.

Habilidades sociales. Capital humano, habilidades sociales, actitudes, comunicación, trabajo en equipo, liderazgo, toma de decisiones, conflictos y negociación, estrés y el manejo del tiempo, inteligencia emocional, pensamiento sistémico, gestión del cambio; organizaciones inteligentes, ética y responsabilidad.

Economía I. Economía colombiana, oferta, demanda, equilibrio del mercado y elasticidades; estructuras de mercado y competencia, su ilustración en el sector turístico; economías cerradas y abiertas; macroeconomía; fundamentos de economía internacional; procesos de investigación aplicados en la industria del turismo.

Teoría del turismo. Conceptualización del turismo como hecho social, factores cinético-estático, económico y de los bienes turísticos, lúdico motivacional o de apetencias y sociológico o de los grupos. Cultura-turismo y territorio, métodos de estudios teóricos y críticos del turismo (histórico, estructural y sistémico, economía política, complejidad), lógicas y sentidos de instituciones de ocio-tiempo libre y productividad, epistémica del turismo, “poiesis” del turismo, hermenéutica del turismo, heurística del turismo, visiones modernas y posmodernas del turismo, modelos y componentes de la estructura básica del turismo (ocio, recreación, tiempo y espacio lúdico), impactos del turismo (histórico, social, cultural, antropológico, económico, jurídico, ecoambiental, ético, administrativo).

Seminario de Ecología del Paisaje. Dimensión ecosistémica del territorio, desarrollo sostenible, ecología, teoría de sistemas, conservación y áreas protegidas, territorio y sociedad.

Contexto II: Componente de historia. Mirada histórica, analítica e interpretativa del período comprendido entre la Revolución Francesa y el siglo XX en Europa y América Latina, teniendo como ejes de reflexión los viajes y el turismo y su relación con la cultura, la sociedad y la economía. Perfeccionamiento de habilidades lexicográficas; expresión oral y escrita y construcción de textos.

Componente comunicación. Argumentación y retórica, géneros de escritura académica, estructuración de textos y exposiciones profesionales.

Matemáticas II. Secciones cónicas, funciones de varias variables, derivadas, reglas de la cadena y derivación implícita, valores máximos y mínimos, optimización multiplicadores de Lagrange, antiderivadas, métodos y técnicas de integración, teorema fundamental del cálculo, área entre curva, curva de Lorentz y coeficiente de Gini.

Idioma II

Tercer semestre

Mercadeo. Evolución del mercadeo, diagnóstico del entorno, inteligencia de mercados, el consumidor, medio para profundizar en el conocimiento del proceso comercial en los temas de mercadeo y ventas para construir estrategias de producto, precio, canales y comunicación, distribución que permitan el posicionamiento y crecimiento empresarial. Plan de marketing. Temas como estrategias de mercadeo, posicionamiento y crecimiento.

Contabilidad y toma de decisiones. Estructura del estado de situación financiera: contenido, divisiones, características de las cuentas, grupos de cuentas que lo componen y su interpretación. Estado de resultados integral de empresas de servicios, comerciales, manufactureras y mixtas.

Mejoramiento y calidad. Ambiente para conocer los conceptos de la calidad y el mejoramiento continuo mediante los modelos de W. E. Deming, Ishikawa, Kaizen, Amef Reingeniería y las guías para su implantación, tales como Normas ISO 9000, 14000, 18000, 22000 y 24000, Premio Colombiano a la Calidad y normas técnicas sectoriales. Mejoramiento estratégico.

Economía II. Oferta, demanda, mercado, elasticidades, agentes económicos, preferencias de los consumidores, utilidad-satisfacción, funciones de producción, funciones de costos, optimización, ecuaciones matemáticas y su estimación en Excel, gráficos de tendencia, dispersión, correlación, barras en Excel, externalidades, bienes públicos, competitividad, clúster, procesos de investigación aplicados en la industria del turismo.

Seminario Desarrollo Sostenible del Turismo. Conceptos de sostenibilidad, discursos ambientales, biodiversidad, diversidad cultural, territorio/destino, impactos, normas técnicas aplicables, buenas prácticas.

Salida de Campo: tres días

Derecho Ambiental y Comercial. Legislación ambiental de Colombia, regulación de conflictos ambientales (nivel interno y externo), tratados y convenios internacionales (aporte ambiental), aplicación de la legislación, valor agregado al tema de turismo, entes y organismos comerciantes (personas naturales y jurídicas), sociedades comerciales (establecimientos de comercio), títulos valores, contratos comerciales, propiedad industrial e intelectual, prácticas ambientales sostenibles para el sector hotelero.

Contexto III: componente de historia. Mirada histórica, analítica e interpretativa del período comprendido entre siglos XIX y XX en Colombia.

Estadística básica. Fundamentos teóricos, estadística descriptiva, tipos de características bajo estudio en estadística, tipos de medidas estadísticas, introducción y distribuciones especiales de las probabilidades.

Idioma III

Cuarto semestre

Costos generales y aplicados a empresas de turismo. Organización Funcional de las empresas privadas; costo operacional o de funcionamiento de la empresa, costo de producción, gasto operacional, diferencia fundamental entre costo y gasto; clasificación de los costos y gastos; organización administrativa del área de producción; costeo estándar y directo costing; punto de equilibrio: costo-volumen-utilidad; costeo basado en actividades; costos y toma de decisiones.

Competitividad y sostenibilidad. Espacio para conocer el concepto de competitividad, globalización, los modelos de desarrollo, las estrategias hacia la competitividad, las cadenas de valor, el clúster y su aplicación en el sector del turismo. Temas como productividad, globalización, modelos de desarrollo, estrategia hacia la competitividad y cadena de valor del turismo, perdurabilidad en una organización.

Economía de servicios. Escenario para identificar los conceptos de teoría económica y política económica con sus indicadores fundamentales. Teoría macroeconómica, meta económica, mesoeconómica, variables, actores y sistemas económicos, flujos de economía, indicadores macroeconómicos.

Escenario para reconocer el servicio como un sector de amplio impacto en la economía mundial, con sus organizaciones, flujos de ingreso, agregados económicos, cuentas nacionales, código ético, etc. Temas como economía de servicio, organizaciones mundiales, clasificación de servicios, evolución de los precios, ventajas comparativas naturales y rendimientos de escala, competitividad aplicada a la actividad turística, estadística e indicadores, explotación comercial y conservación, evaluación de la política pública del turismo.

Gestión de Organizaciones Turísticas. Agencia de viajes y turismo, eventos, transporte, simuladores, diseño de producto, diseño de paquete turístico, sistemas de información de soportes para la gestión.

Legislación y normatividad del turismo. Jerarquía de normas, descentralización turística, planificación turística, prestadores de servicios turísticos, promoción turística, impuestos y contribuciones, parafiscales, proceso administrativo, registro nacional de turismo, calidad turística.

Análisis de coyuntura internacional. Mirada histórica, analítica e interpretativa del sistema internacional actual, actores internacionales, organizaciones internacionales, proteccionismo, tendencias del turismo.

Investigación de mercados. Muestreo probabilístico y no probabilístico; cálculo del tamaño de la muestra por proporción y por dispersión; introducción al programa SPSS; estadística descriptiva; tabulaciones cruzadas; Anova; tipo de correlación; modelos de regresión lineal; análisis de factores; pruebas de hipótesis; análisis de conglomerados; metodología de Warp; interpretación de datos cuantitativos y realización de informes de investigación; uso de la estadística y sus implicaciones gerenciales; pasos para hacer una investigación de mercados; inteligencia de mercados; análisis de datos.

Idioma IV

Quinto semestre

Análisis de la información financiera y cálculos financieros. Escenario para desarrollar las competencias para analizar la información financiera histórica y proyectada y aprender a utilizar todos los elementos y herramientas para calcular el dinero en el tiempo. Estados financieros, análisis financiero tradicional y contemporáneo y análisis financiero aplicado, presupuestos y flujo de caja. Temas como valor del dinero en el tiempo, valor presente, valor futuro, periodos, tratado de interés, diagrama de flujo de caja, equivalencias de tasas de interés, sucesiones, series uniformes y gradientes, introducción a la evaluación de proyectos.

Desarrollo de la Capacidad Empresarial (Decape). Cultura y espíritu empresarial, incubadores, laboratorio de emprendimientos, ambiente para estimular el espíritu emprendedor del estudiante, valorar y desarrollar su espíritu empresarial, y conocer alternativas de creación de empresa en nuestro entorno. Temática relacionada con ideas de negocio, emprendimiento y programas de apoyo al emprendimiento empresarial.

Mercadeo de servicios. 7Ps, posicionamiento, servicios y mercadeo de servicios, mercadeo territorial, construcción de marca de territorio, diseño de servicios, marketing mix aplicado, experiencia cliente, cocreación, marketing de nichos (de lujo...) estudios de caso de grandes y pequeñas empresas de servicios, introducción al marketing digital, concepto e importancia del plan de mercadeo

Geografía del turismo. Importancia, elementos del mapa, lectura e interpretación, componentes y relaciones entre lo ambiental (morfología, clima, flora, fauna...), humano (asentamientos humanos, dinámicas poblacionales, migración...) y productivo (sectores de la economía) con visión turística, espacios turísticos.

Salida de campo. Aspectos relacionados con la geografía del turismo, patrimonio. Duración cuatro días (integrada a la salida de campo de patrimonio).

Patrimonio. Cultura, manifestaciones, folclore, atractivo cultural, administración de atractivos culturales, formulación, operación y evaluación de proyectos culturales.

Salida de campo: aspectos relacionados con la geografía del turismo y el patrimonio (integrada a la salida de campo de geografía del turismo, duración cuatro días).

Derecho laboral. Contratos laborales, prestaciones sociales, liquidación, aportes parafiscales, despidos con o sin justa causa, aplicación de la seguridad social, derecho laboral colectivo, cooperativas, qué es y cómo opera un sindicato.

Idioma V

Sexto semestre

Módulo Gestión y Cultura Gastronómica. El módulo se propone comprender la gastronomía como una actividad de la cultura regional o nacional con la cual se construyen las identidades locales. En el módulo se pone en operación un establecimiento de alimentos y bebidas para lo cual los estudiantes deben conocer los modelos de operación, servicio, gestión, costos, mercadeo de A & B. Además, se difunden y apropian de las normas y legislación sectoriales vigentes.

Salida de campo: permite hacer un reconocimiento de los saberes culinarios regionales, formas de preparación tradicionales, fusiones, influencias y cambios históricos en las preparaciones y usos de las cocinas tradicionales, de una determinada región gastronómica. El Módulo Gestión y Cultura Gastronómica está conformado, entre otros, por los siguientes espacios académicos: Contabilidad Hotelera, Control y Costos Hoteleros, Mercadeo de A&B, Servicio Profesional de Alimentos y Bebidas, Gestión de Cocinas, Cultura Gastronómica Aseguramiento de la Calidad (B.P.M. - H.A.C.C.P.) y Cultura del Vino.

Una vez finalizado el semestre del módulo, el estudiante podrá realizar una práctica relacionada con los temas vistos en el mismo, en la que pondrá en práctica los conocimientos y competencias desarrolladas en el módulo.

Idioma VI

Séptimo semestre

Simulación gerencial media. Ejercicio con el cual se genera un escenario de aplicación integral de los conceptos de direccionamiento estratégico aprendidos hasta este semestre; en este caso se hará énfasis en procesos, su capacidad emprendedora y el manejo de la información financiera generada por los resultados de las decisiones. Incluye temática de simulación gerencial básica + procesos, gestión humana e indicadores de gestión.

Gestión del conocimiento. Escenario en el cual se busca fortalecer tres grandes columnas de la gestión humana en las organizaciones: 1. Gerencia del talento con sus

actividades de administración y desarrollo de los equipos de trabajo. 2. La gerencia del conocimiento organizacional. 3. El desarrollo y fortalecimiento de las habilidades gerenciales, a saber: liderazgo, trabajo en equipo, negociación, administración del tiempo y toma de decisiones. Temas como proceso de gestión del talento, capital intelectual, gestión del talento humano y motivación; habilidades gerenciales: liderazgo, trabajo en equipo, negociación.

Módulo Gestión de Alojamiento. Dirección, gestión y operación de alojamiento (departamentos operados y no operados), flujos y sistemas de información; diseño de producto empresarial.

El Módulo Gestión de Alojamiento está conformado, entre otros, por los siguientes espacios académicos: contraloría general, hotel virtual - Taller (Front Desk), recepción y habitaciones e ingeniería y mantenimiento.

Seminario Virtual (Software de Alimentos y Bebidas).

Al igual que el anterior módulo, el estudiante podrá realizar una práctica relacionada con los temas vistos y competencias desarrolladas en el módulo.

Seminario de Investigación I: a partir de una reflexión sobre la importancia de la investigación en el campo del turismo y de las organizaciones turísticas, se imparten las bases para el desarrollo de la investigación en estos campos. Este espacio académico se orienta a la elaboración de proyectos, particularmente al anteproyecto del trabajo de grado.

Idioma VII

Octavo semestre

Gerencia financiera. Escenario para conocer y fortalecer los diferentes elementos con los cuales se obtiene un apalancamiento óptimo para las operaciones de la empresa, diseño de presupuestos financieros y tributarios, valoración de empresas y criterios de decisión. Temática como apalancamiento, fuentes de financiación, valoración de empresas, presupuestos, planeación financiera y tributaria y criterios de decisión.

Gestión de abastecimiento y distribución. Espacio para fortalecer e integrar las operaciones organizacionales desde su proveedor hasta su cliente y consumidor por medio de la actividad logística de la organización. En conclusión, los temas son logística de servicio y logística.

Módulo Planificación y Gestión de Destinos. Modelos de desarrollo y planificación turística, territorios, integralidad, planes de desarrollo, de ordenamiento territorial y sec-

toriales, planeación y políticas públicas turísticas, participación social, instrumentos de concertación, resolución de conflictos, clúster, cadena de valor, formulación de proyectos, indicadores, sistemas georreferenciados (SIG), producto, marketing territorial, seminario de legislación aplicada.

Como tercer espacio de práctica intersemestral y previo a la práctica profesional, el estudiante podrá realizar una práctica relacionada con los temas vistos y competencias desarrolladas en el módulo.

Salida de campo: análisis y formulación de propuestas para la planificación y gestión de destinos turísticos; tiene una duración de cuatro días.

Información adicional del Módulo Planificación y Gestión de Destinos.

Eje 1. Planeación espacio académico: planeación turística (cuatro créditos). Políticas públicas del turismo, teorías y modelos de planeación, formulación y evaluación de proyectos, modelos estadísticos y sistemas de información georreferenciada.

Eje 2. Gestión espacio académico: gestión de destino (cuatro créditos). Marketing territorial, cadena de valor, diseño de producto, valoración turística, gestión cultural, negociación y resolución de conflictos y liderazgo estratégico.

Eje 3. Evaluación espacio académico: seguimiento y evaluación (un crédito). Formulación de indicadores.

Eje 4. Complejidad espacio académico: innovación y pensamiento creativo (un crédito). Solución de problemas y asertividad.

Seminario de Investigación II. Técnicas de investigación: ejercicios de entrevistas, encuestas, observación, trabajo de campo, Avances del trabajo de grado (elaboración del 50% de la investigación).

Idioma VIII

Noveno semestre

Módulo de Gestión Estratégica y Táctica de Negocios. Espacio integrador de la gestión administrativa y gerencial de la carrera, en donde se busca desarrollar una aplicación de conocimientos mediante la planeación y formulación de planes de negocio, la planeación táctica y operativa, los sistemas y modelos de control de gestión, la gestión de empresas internacionales, y toda su validación con la utilización de simulación gerencial de alta exigencia para los estudiantes.

El Módulo Gestión Estratégica y Táctica de Negocios está integrado, entre otros, por los siguientes espacios académicos: gerencia estratégica y táctica de negocios; gestión de empresas internacionales, planes de negocio y simulación gerencial nivel alto.

Preparatorios: un crédito

Derecho Administrativo y Tributario. Proceso administrativo en el ámbito público, licitaciones, contratación con el Estado, responsabilidad con el Estado, impuestos nacionales, departamentales y municipales; exenciones, deberes, obligaciones y beneficios, planeación tributaria, aplicación de los impuestos turísticos.

Proyecto de grado. Acompañamiento y asesorías metodológicas para el desarrollo del 50% restante del trabajo de grado.

Idioma IX

Décimo semestre

* **Práctica profesional.** Encuentro del estudiante con el contexto laboral. Espacio donde aplica sus conocimientos teóricos.

Componentes transversales de las áreas de formación administrativa-gerencial, turística y científico-humanística: ética, tecnología de la información y la comunicación (TIC), internacionalización, investigación, sostenibilidad, emprendimiento, producción intelectual escrita y servicio.

Aclaración: turismo es un componente transversal adicional en el área administrativa-gerencial.

8.2 Competencias en idiomas

Todo estudiante debe cursar nueve niveles de idiomas (espacios académicos): seis de inglés y tres de francés. Para quienes voluntariamente cursen los preparatorios IELTS o DELF podrán homologarse dichos cursos como electivas o interdisciplinarios.

En todo caso, los estudiantes que ingresen al pregrado deben presentar un examen de clasificación para establecer su nivel de proficiencia en inglés y voluntariamente en francés cuando hayan tenido estudios previos en este idioma. Como elemento de flexibilización del plan de estudios y si el estudiante queda eximido de uno o más niveles, deberá cursarlos en su orden, primero francés y luego el que seleccione, según sus intereses profesionales, dentro de los que ofrezca la Universidad.

Como requisito de grado, los estudiantes deben presentar y aprobar los exámenes de suficiencia internacional de los respectivos idiomas cursados, de conformidad con la clasificación hecha por la Unión Europea y acogida por el Ministerio de Educación Nacional. En este sentido el pregrado fortalece las posibilidades de éxito del egresado para enfrentarse a un mundo cada vez más globalizado.

De otro lado, la Facultad le ofrece al estudiante la posibilidad de acceder a programas en convenio con universidades extranjeras, constituyéndose en un estímulo asociado al aprendizaje de los idiomas. Asimismo, la práctica profesional puede contribuir a fortalecer el dominio de los mismos, tal es el caso de los estudiantes que realizan su práctica profesional mediante el convenio de Troy University, en conjunto con el Programa para Universidades de Parques Temáticos y Resorts de Disney, Orlando - Estados Unidos; las prácticas en los hoteles de la cadena Breezes Resort en Jamaica; en las oficinas de Proexport en el exterior, en cruceros, entre otros.

En el nuevo plan de estudios se contempla que a partir de séptimo semestre al menos uno de los espacios académicos sea orientado totalmente en inglés, como otra estrategia para el fortalecimiento de las competencias en este idioma.

Consideraciones

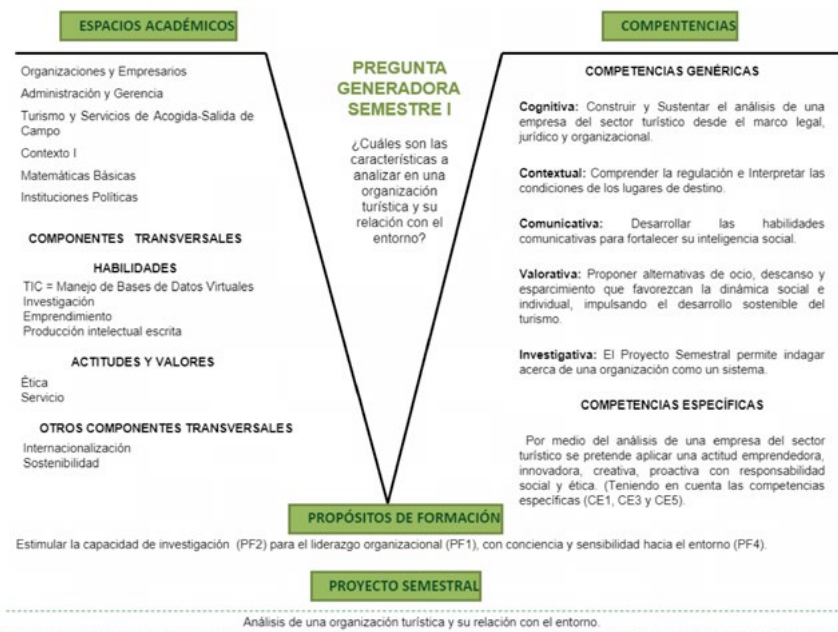
- Todo estudiante, sin excepción, deberá presentar y obtener una calificación igual o superior a 5.5 en el examen de suficiencia internacional IELTS, como requisito para poder optar al grado. El examen tiene una vigencia de dos años, razón por la cual al estudiante le corresponde tener cuidado de programar su presentación para que sea válido en el momento del grado.
- El estudiante que nunca haya aplazado nivel alguno de idiomas y que habiendo cursado todos los requisitos académicos le falte cursar o aprobar uno o varios niveles de idioma podrá homologar el nivel o los niveles faltantes presentando el examen de suficiencia internacional en inglés IELTS con una calificación igual o superior a 5.5. Similar exigencia se aplica para la presentación de los exámenes de francés DELF, pero con una calificación igual o superior a 50.
- Como soporte al mejoramiento de las competencias comunicativas en idioma inglés de los estudiantes, desde la Coordinación Académica se concibió y lidera el proyecto de mejoramiento de competencias comunicativas en dicho idioma, para el cuerpo docente y administrativo del pregrado, con la misma estructura que se aplica a los estudiantes, la cual ha demostrado su eficacia al permitir que los graduandos obtengan los primeros lugares en las pruebas Saber Pro relacionadas con inglés.

8.3 La UVE heurística como herramienta para la planeación curricular

La utilización de la UVE Heurística¹ para la planeación curricular enfatiza en la idea de que el profesor debe tener presente la estructura epistemológica de los saberes, cuya construcción espera acompañar con los estudiantes que participan en sus espacios académicos. La herramienta es propuesta tanto para la planificación semestral como para la planeación microcurricular.

A continuación se muestra el prototipo de la UVE que se emplea en la planeación de los microcurrículos.

Gráfica 5. Prototipo de la UVE Heurística- ejemplo primer semestre



Fuente: Construcción propia, 2011.

8.3.1 El Proyecto Integrador

El Proyecto Integrador se construye cada semestre, desde una visión investigativa e integral del currículo y responde a la pregunta generadora, como problemática del saber que será construido por los estudiantes en los espacios académicos propuestos para el semestre. Es definido por los docentes con base en la UVE heurística construida para

1. Herramienta propuesta por Bob Gowin (1988) para ayudar a profesores y estudiantes universitarios a entender el propósito del trabajo científico en el laboratorio.

el semestre. Por ello, el proyecto integrador promueve la formación investigativa de los estudiantes y hace posible la integración de teorías y prácticas que problematizan a los estudiantes estimulándolos a establecer relaciones entre los conceptos definidos en cada una de las áreas de formación del programa.

En este sentido, se espera que el proyecto integrador propicie en los estudiantes el desarrollo de competencias articulando conceptos, habilidades, actitudes y valores, genere una actitud investigativa, fortalezca la autonomía, estimule y promueva el trabajo en equipo, desarrolle habilidades de liderazgo, y posibilite la integración de los conceptos vistos en los diferentes espacios académicos.

Este proyecto que será desarrollado por los estudiantes, tendrá la asesoría y seguimiento de los tutores líderes y de los profesores que orientan los espacios académicos del semestre. El proceso les permitirá enriquecer o modificar el proyecto cuando lo consideren conveniente los tutores líderes en consenso con los profesores del semestre. El propósito es llevar a los estudiantes a aplicar los conocimientos construidos en cada espacio académico, a un ejercicio práctico que dé respuesta a una necesidad real del entorno.

La propuesta metodológica busca que para la sustentación en cada periodo académico se realice un evento como Feria de proyectos o el Encuentro de Saberes. Desde 2019-2 se han integrado al Encuentro de Saberes las Facultades de Administración de Empresas, Comunicación y Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

La pregunta generadora del semestre, es construida por el equipo de profesores como eje integrador de los espacios académicos, y está articulada a las preguntas generadoras propuestas desde los fundamentos teóricos de la administración, el turismo y lo científico humanístico, como orientadoras en los procesos de construcción del conocimiento sobre la administración de empresas turísticas y hoteleras en cada uno de los semestres y de los espacios académicos.

Las preguntas generadoras son dinámicas, de forma tal que se actualizan en el periodo académico, de acuerdo con la temática desarrollada.

Cuadro 3
Preguntas generadoras y proyectos integradores por semestre

SEMESTRE	PREGUNTA GENERADORA	PROYECTO INTEGRADOR
I	¿Cuáles son las características de una organización y su relación con el entorno?	Análisis de una organización y su relación con el entorno.
II	¿Cuáles son los componentes principales para poder realizar la lectura de un destino turístico?	Lectura de la composición de un destino, entendida como la contextualización, caracterización y análisis de sus elementos principales.

III	¿Cuál es la relación de las empresas con los diferentes actores y factores que conforman destino turístico?	Análisis de la empresa en su entorno.
IV	¿Cómo las organizaciones turísticas pueden construir y mantener una propuesta de gestión empresarial, competitiva y sostenible a través del tiempo?	Diseño de una propuesta de gestión para una organización turística.
V	¿Cómo analizar y comprender al destino como una unidad territorial con valores sociales, culturales y naturales?	Valoración territorial en su dimensión biofísica, cultural y económica con el fin de comprender las dinámicas que se generan en el mismo.
VI	¿Cómo se gestiona la operación en una empresa del sector gastronómico, a partir de la cual pueda proponerse una idea innovadora y rentable ?	Informe de gestión y propuesta de una idea de negocio innovadora y rentable para el sector gastronómico.
VII	¿Cómo desarrollar el concepto, diseño, montaje y gestión de un establecimiento de alojamiento de forma eficiente, innovadora y sostenible?	Propuesta para el diseño, montaje y gestión de establecimientos de alojamiento considerando sus diferentes áreas funcionales sobre la base de una idea de negocio creativa, innovadora y sostenible.
VIII	¿Cómo responder integralmente a la vocación y condiciones de un destino turístico a través de procesos de planificación, gestión, seguimiento y evaluación?	Propuesta de planificación y gestión de un destino turístico.
IX	¿Cómo concebir una organización o unidad de negocio innovadora y sostenible?	Formulación y evaluación de un plan de negocios desde la base de una idea de negocio creativa, innovadora y sostenible

Fuente: construcción propia

9. CARACTERÍSTICAS DE LA DOCENCIA

9.1 Lineamientos pedagógicos y didácticos

“La educación superior tiene la responsabilidad social de incrementar nuestro entendimiento en distintas dimensiones como son lo social, económico, científico y cultural; así como

nuestra capacidad de respuesta frente a ellas, para encarar la complejidad de los desafíos globales presentes y futuros". (Conferencia Mundial de Educación Superior, 2009).

Es esencial que los profesores reconozcan que la docencia en la Universidad se ejerce desde una compleja red, con múltiples relaciones y entrecruzamientos en el centro de un campo de tensiones que aplican a esferas diversas: conocimiento, educación, ciencia, arte, política, ética, profesión, enseñanza, técnica, teoría, práctica. Es el contexto donde se realiza la práctica académica y el escenario en el que el profesor construye su identidad profesional y desarrolla su proyecto de vida académico, su proyecto docente.

Según la Declaración de la Conferencia Regional de Educación Superior (CRES) (2008), "Las instituciones de Educación Superior deben avanzar en la configuración de una relación más activa con sus contextos y logren ver la calidad vinculada a la pertinencia y la responsabilidad con el desarrollo sostenible de la sociedad, para lo cual deben impulsar un modelo académico caracterizado por la indagación de los problemas en sus contextos; la producción y transferencia del valor social de los conocimientos; el trabajo conjunto con las comunidades; una investigación científica, tecnológica, humanística y artística fundada en la definición explícita de problemas a atender, de solución fundamental para el desarrollo del país o la región, y el bienestar de la población" (p. 18).

En el actual contexto sociocultural la Universidad es un óptimo espacio de aprendizaje, no sólo de carácter profesional y cultural en su sentido más amplio, sino también de carácter humano y, por ende, ético y moral. Es un espacio de aprendizaje ético que procura que sus egresados ejerzan las futuras profesiones con la voluntad de contribuir a la formación de una sociedad inclusiva, digna y democrática.

En la universidad es fundamental desarrollar la creatividad, reconocer la pluralidad, ejercer la autonomía, generar convivencia en el proceso educativo, respeto y solidaridad con el otro, aunque piense diferente, y desarrollar hábitos reflexivos, críticos e investigativos. Se debe introducir a los estudiantes en una comunidad disciplinar e interdisciplinar y con perspectiva de pensamiento complejo y propiciar la participación de los estudiantes en dicha comunidad.

9.2 Cualidades de los docentes

La Facultad considera que su proyecto curricular requiere un cuerpo profesoral altamente capacitado y comprometido, razón por la cual aquellos vinculados al programa de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras deben poseer las siguientes características, requisitos y competencias:

- Profesionales con un nivel de formación de posgrados de maestría o doctorado.
- Experiencia mínima de tres años en el campo específico en el que orientarán los respectivos espacios académicos, de preferencia que estén vinculados profesionalmente, para que su contacto con la realidad esté vigente.
- Se valorarán aspectos relacionados con su experiencia como docente; el nivel de dominio del idioma inglés; la producción intelectual; participación como ponente en eventos académicos nacionales e internacionales; participación en proyectos de investigación; la formación recibida en relación con la educación, pedagogía y formación docente.
- Tener sentido de pertenencia con las actividades propuestas en la Facultad y especialmente por el desarrollo integral de su práctica docente.
- Capacidad para promover el trabajo en equipo, de acuerdo con la propuesta formativa del pregrado.
- Capacidad de comunicación oral y escrita.
- Preferiblemente poseer experiencia en el sector turismo.
- Asumir la estructura curricular del pregrado y alinear el proceso formativo y su práctica docente con el modelo pedagógico fundamentado en la **construcción social del conocimiento**.
- Desarrollar en forma integral los conocimientos fundamentales que los estudiantes deben construir, las habilidades y las actitudes y valores que fortalecerán su proceso de formación en la universidad para la vida y el desarrollo humano.
- Propender en forma permanente por la apropiación de los principios definidos en la Misión de la Universidad.
- Asumir la práctica docente como un proceso reflexivo y constante a través de ejercicios de investigación.
- Tener un comportamiento ético en su práctica docente.
- Reconocimiento y valoración de la diversidad en la práctica de la docencia, que propenda por la motivación permanente de los estudiantes, con el propósito de construir las competencias necesarias para su desempeño profesional.

- Compromiso con el desarrollo colectivo del proyecto curricular del pregrado, en el cual el espacio académico que desarrolla bajo su responsabilidad está orientado por una pregunta generadora, articulada a la del semestre y a la del área de formación. Asimismo, contribuirá a la realización de proyecto de investigación semestral, el cual será orientado de manera conjunta con los demás profesores del semestre, el tutor líder y el tutor metodológico.
- Desde la práctica pedagógica, propender para que el estudiante aprenda a cuestionarse, ser crítico, reflexivo, autónomo, entre otros, y que adquiera las competencias para continuar su formación profesional y ciudadana.
- Ser receptivo a los problemas que se derivan de las transformaciones sociales, económicas y culturales, y a articular la teoría con la práctica ante las posibilidades que se abren en el contexto de la relación pedagógica.
- Propender por que el conocimiento que circule en el aula, y derivado del trabajo autónomo desarrollado por el estudiante, sea significativo.
- Poseer el pregrado y el posgrado. Los docentes para algunos espacios académicos de los Módulo de Gestión y Cultura Gastronómica y el de Gestión de Alojamiento requieren un perfil particular, especialmente son expertos con reconocimientos en el sector, en algunas ocasiones con nivel de formación técnico o tecnológico.

Los procesos de formación que se orientan hacia el desarrollo profesional docente deben reconocer, en primer lugar, que los profesores aprenden activamente y construyen sus propias interpretaciones sobre la base de lo que ya conocen y de las experiencias que han construido. Es decir, aprenden nuevas prácticas e interpretaciones en la medida que pueden darles sentido a través de sus concepciones y sus creencias.

Se propicia que el profesor universitario se asuma como un profesional docente que:

- Tiene una función social y la responsabilidad y el compromiso con el apoyo a la formación profesional.
- Posee destreza y habilidad intelectual para manejar situaciones nuevas y complejas a las cuales se enfrenta de forma permanente en su interacción con los estudiantes.
- Maneja un cuerpo de conocimientos sistemático y socializa los valores profesionales y con ética en su desempeño profesional y personal.

- Tiene libertad para realizar sus propios juicios respecto a la práctica adecuada para la formación de los estudiantes.

La actividad docente debe caracterizarse por la coherencia con los principios de la democracia, la participación y el uso de las estrategias pedagógicas que permitan cumplir con la misión institucional y la de la Facultad en la formación profesional para la vida y en una disciplina personal para el trabajo intelectual. De igual manera, debe propiciar la actitud interdisciplinaria hacia el trabajo y la vocación para estrechar los vínculos entre la docencia, la investigación y la proyección social.

Lo anterior requiere de un docente, profesional de la docencia, comprometido con el proyecto curricular, mediador del conocimiento y con formación pedagógica y didáctica que le permita:

- Realizar una docencia problematizadora, investigativa y contextualizada.
- Posibilitar la apertura al conocimiento, la comunicación y el aprendizaje.
- Promover la formación integral y el trabajo creativo e interdisciplinario.
- Diseñar nuevos ambientes de aprendizaje que favorezcan la interacción y la **construcción de conocimiento**.

10. MODELO PEDAGÓGICO

10.1 Conceptos

Es una construcción teórico-experiencial que permite interpretar la realidad educativa y dirigirla hacia el logro de unos fines determinados a partir de unos fundamentos científicos e ideológicos. Se asimila a un “estilo de pensamiento” que se elabora siendo parte de una comunidad educativa. Toda teoría pedagógica trata de responder, de manera sistemática y coherente, por lo menos a estas preguntas: ¿Qué tipo de ser humano se quiere formar? ¿Con qué experiencias crece y se desarrolla un ser humano? ¿Quién debe impulsar el proceso educativo? ¿Con qué métodos y técnicas puede alcanzarse mayor eficacia? (Flórez, 1999).

Flórez plantea que el modelo pedagógico es una construcción mental que representa las formas particulares de interrelación entre parámetros pedagógicos (metas, relación profesor-estudiante, contenidos de aprendizaje, métodos y procedimientos docentes y conceptos sobre el desarrollo normativo). En este contexto se plantean también los interrogantes sobre a quién interesa formar, cómo o con qué contenidos o experiencias, a qué ritmo debe adelantarse el proceso de formación y quién dirige el proceso (Flórez, 1995).

Los modelos pedagógicos pueden ser asumidos como mediaciones que se generan o estructuran como resultado del proceso de recontextualización —entendido como la pedagogización del conocimiento—, las cuales permiten la construcción de instrumentos, reglas, relaciones que dependen de la intencionalidad (poder y control) que los modelos pedagógicos comportan (López, 2001).

Desde esta perspectiva, el estudio de las tendencias curriculares en los últimos años en Colombia implica abordar una reflexión específica sobre sus dimensiones epistemológicas, psicológicas, sociológicas y fundamentalmente pedagógicas (López, 2001).

En el marco de la propuesta de Pozo y Gómez Crespo estas dimensiones del currículo permiten identificar diferentes concepciones y prácticas que se integran en la representación que construyen los profesores, es decir, el modelo pedagógico que orienta sus prácticas docentes (1998).

En este horizonte es esencial explicitar cuál es la representación de la realidad educativa, de su complejidad, de sus interacciones y relaciones, de los principios y de las formas a través de las cuales se construye el conocimiento; es decir, el modelo pedagógico que se ha construido y desde el cual se realiza la reflexión sobre el proceso educativo. El modelo trata de responder de manera coherente y sistemática a las preguntas por la formación, las experiencias a través de las cuales se favorece y las regulaciones del proceso desde las metas propuestas.

10.2 Definición del Modelo Pedagógico

Reflexionar sobre el modelo pedagógico permite al profesor explicitar sus creencias y compartirlas en su comunidad docente. En la explicitación de un modelo es posible identificar concepciones y prácticas relacionadas con el conocimiento, la formación, el aprendizaje, la enseñanza, el currículo, la evaluación y los roles del profesor y el estudiante. Para ello se propuso a los profesores la reflexión y posterior caracterización de los modelos pedagógicos que orientan sus prácticas o que expresan las representaciones que han construido los profesionales en su vivencia como estudiantes. Se utilizó un inventario de creencias con 28 afirmaciones construido con base en las dimensiones epistemológicas, psicológicas, comunicativas y pedagógicas del currículo, de acuerdo con lo planteado por López, Flórez, Pozo y Gómez Crespo (Callejas, 2000). Posteriormente, se realizó el análisis colectivo organizando las respuestas en cuatro categorías de modelos (Porlán, 1993; Flórez, 1995; Pozo y Gómez, 1998) y se socializaron los acuerdos con el fin de seleccionar el modelo pedagógico que orientaría las prácticas docentes en la implementación de la nueva propuesta curricular.

El modelo pedagógico que orienta las acciones formativas en este programa de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia,

de acuerdo con la propuesta de los profesores es el **Modelo de Construcción Social del Conocimiento**, apoyado por los trabajos de Rafael Porlán y sus colaboradores (1998) y sustentado en las teorías epistemológicas de construcción del conocimiento.

Las dimensiones alrededor de las cuales se articula el modelo son:

Dimensión Epistemológica. Hace referencia a ¿qué es el conocimiento? ¿Cómo se conoce?

Los profesores definen el conocimiento y los procesos a través de los cuales se conoce con los siguientes términos: práctica social, interacción con los otros, comprensión, construcción, contextos, trabajo cooperativo, experiencia, comunicación dialógica, estructura del saber, formación para la investigación, principios que son construidos a partir de otros conocimientos.

Dimensión Psicológica. Referida a ¿qué y cómo se aprende en la universidad? Los siguientes conceptos expresan las ideas de los profesores: reflexión, interacción, conceptos, procedimientos, herramientas técnicas, procesos, aplicación, teoría-práctica, experiencia, se estructura el saber a partir del trabajo cooperativo, comunicación dialógica, participación, autoaprendizaje, propiciando construcción del conocimiento, habilidades, actitudes y valores, responsabilidad del estudiante, autonomía, conocimientos formados a partir de las investigaciones.

Criterios para seleccionar y organizar los contenidos que deben aprender los estudiantes: pertinencia, integralidad, complejidad de los contenidos, exigencias e imposición del programa, experiencia del docente, intereses y necesidades de los estudiantes, contenidos se organizan de común acuerdo, programación acordada con estudiantes, concertación docente y alumno.

Dimensión Pedagógica. Se refiere al proceso de formación vivencial, autonomía, competencias establecidas por la universidad, integralidad, articulación de conceptos y metodologías, formar una sociedad mejor, ciudadano integral, construcción de conocimientos, habilidades, actitudes y valores, metodología fundamentada en resolución de problemas y formación integral.

Dimensión Comunicativa. ¿Qué y cómo enseñar? ¿Cómo comunicarse en el aula? Diálogo, discusión, trabajo colaborativo, favoreciendo la construcción del conocimiento, comunicación dialógica, responsabilidad en el aprendizaje, resolución de problemas, trabajo en grupo, interés por lograr aprendizaje, participativo, contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales, aprendizaje significativo, comunicación bilateral, construcción de habilidades y valores.

¿Qué y cómo evaluar? Según progreso del estudiante y avance, conocimientos, con-

tenidos, procedimientos, resolver problemas, propuestas, autoevaluación, proceso de enseñanza, retroalimentación y participación.

Dimensión Sociológica.

Rol del profesor: facilitador, mediador, motivador, dinamizador del proceso de enseñanza-aprendizaje, orientador, formulador, guía, tiene en cuenta el nivel del estudiante, promueve la responsabilidad, estimula la comunicación, conoce y comprende al estudiante y favorece el aprendizaje significativo.

Rol del estudiante: ser crítico, reflexivo, creativo, autónomo, activo y participativo, responsable y promotor de su propio aprendizaje, aporta experiencia, autoaprendizaje, argumentativo, decisor y proactivo.

Esta propuesta del modelo pedagógico construida por los profesores a partir de la reflexión sobre su práctica docente integra las elaboraciones compartidas en cuatro talleres con la participación del equipo de profesores de la Facultad. En el Taller 3 (Construcción Curricular, 2009) se hizo evidente el reconocimiento del "estudiante como el actor principal del proceso y el docente como facilitador en un entorno donde el estudiante puede actuar, preparar los insumos y construir su experiencia educativa" (p .7). En este mismo sentido los docentes reconocen que:

El individuo viene de la casa y el colegio con un conocimiento, con unos valores y unas habilidades. Pero durante su formación universitaria adquiere un espectro más amplio de conocimiento, el cual le va permitiendo afianzar o cambiar sus valores, elevar a la mayor expresión sus habilidades, ya que de ello dependerá su éxito profesional-laboral. La Facultad junto con el Docente debe proveer el escenario para formar seres integrales en valores, actitud, conocimiento y habilidades, apuntando a obtener el máximo desarrollo del potencial del ser humano (estudiante) formado por los criterios mencionados anteriormente, entregando egresados integrales, que realicen aportes y transformaciones a la sociedad actual". (p. 7).

A partir del modelo pedagógico fundamentado en la construcción social del conocimiento, el perfil del docente del pregrado se debe caracterizar por:

- Mantener una preocupación permanente por el aprendizaje y la formación del estudiante.
- Ser un profesor profesional de la docencia comprometido con el proyecto curricular y no con el desarrollo de un espacio académico únicamente; ser una persona que posee el conocimiento para ejercer su profesión. Como profesional de la

docencia maneja no sólo el saber específico, pues construye un saber sobre su enseñanza y su aprendizaje.

- Propender por la construcción de un conocimiento sobre la actividad docente y el campo específico del saber.
- Construir un saber pedagógico a partir de su reflexión, su cuestionamiento y de la propuesta de enseñar ese saber.
- Tener formación pedagógica y didáctica.
- Poseer competencia pedagógica: proceso dialógico, reconocimiento del saber del estudiante, valoración ante el intercambio de ideas.
- Desarrollar su práctica en un marco de valores y mostrar un comportamiento ético en todas sus acciones como persona, profesional y docente.

11. ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS

11.1 Política de créditos académicos

El desarrollo del programa de Administración en Empresas Turísticas y Hoteleras se realiza en diez semestres, tiempo que se considera adecuado para que el futuro egresado desarrolle las competencias y se logren los propósitos de formación. En el programa se combinan varias estrategias didácticas que muestran la flexibilidad que exige el sistema de créditos académicos: cátedra, taller, seminario, solución de problemas, estudio de casos, uso de herramientas como el mapa conceptual, ensayos, discusiones, trabajos grupales, salidas de campo, visitas empresariales, entre otras.

El sistema de créditos es asumido en la Facultad como un sistema centrado en el estudiante, la acción pedagógica y formativa universitaria está centrada en el aprendizaje y se valora el crédito como “la estimación de los tiempos requeridos por el estudiante para alcanzar las metas o propósitos de aprendizaje de cada componente del plan de estudios”. Por ello la valoración en créditos para cada uno de los espacios académicos contemplados en el plan de estudios fue posterior a la definición de los propósitos de formación, los perfiles, las competencias, las áreas de formación y los conceptos, habilidades y actitudes que los estudiantes deben construir en su proceso de formación profesional como Administradores de Empresas Turísticas y Hoteleras.

El profesional del futuro estará enfrentado a retos cada vez más complejos, deberá adaptarse a demandas cambiantes, entender las formas de actuar y pensar de per-

sonas formadas en diferentes disciplinas y profesiones, y ser capaz de aprender en el contexto de su desempeño. Lo anterior requiere, además de bases conceptuales sólidas, el desarrollo de unas competencias que le permitan actuar con base en sus conocimientos, las habilidades y las actitudes y los valores. Este aspecto esencial para la Facultad fue considerado al asignar la valoración en créditos, que se orientó por la necesidad de equilibrar los tiempos en los cuales el estudiante tiene el acompañamiento directo del docente y los que necesita para desarrollar actividades de aprendizaje autónomas.

Las responsabilidades propias de los docentes y de los estudiantes son esenciales en la definición del número de créditos asignados, implica pensar, de una parte, en las estrategias de enseñanza y, de otra, en las estrategias de aprendizaje que favorecerán procesos de comprensión e integración en los estudiantes. El trabajo independiente del estudiante implica también la consideración de las condiciones institucionales que serán un apoyo como la biblioteca, los recursos informáticos, los laboratorios, los campos de práctica, los convenios de cooperación, las condiciones locativas, los espacios de estudio, que son elementos constitutivos de la gestión curricular.

El mayor reto para los profesores desde la asignación de los créditos es pensar en una nueva forma de docencia que acompañe y propicie los aprendizajes de los estudiantes y al proponer las actividades que ellos deben realizar de forma independiente, consideren su complejidad de acuerdo con los niveles de comprensión particulares y grupales y los tiempos necesarios para lograr realizarlas.

La revisión del currículo se ha realizado con una clara intencionalidad de incorporar elementos de calidad y pertinencia al proceso de formación, desde los propósitos, contenidos, metodologías, ambientes y medios. Esta visión orientó diferentes estrategias de gestión y el trabajo permanente del Comité Curricular con la participación de los diferentes actores del proceso académico, directivos, egresados, empresarios, profesores y estudiantes cuyo compromiso y disponibilidad son fundamentales.

Por las consideraciones anteriores, al realizar la asignación de los créditos a los diferentes espacios no se aplicó una relación uniforme para todos de horas de acompañamiento y horas de trabajo independiente. La consideración de contenidos conceptuales, metodológicos y actitudinales y las estrategias propuestas para favorecer aprendizajes fueron importantes en este proceso.

Para la Facultad, el crédito en los programas de pregrado equivale a 48 horas de trabajo académico del estudiante, que comprende las horas de acompañamiento directo del docente y las horas que el estudiante debe emplear en actividades independientes de estudio y prácticas.

El estudiante debe cursar y aprobar 178 créditos, de los cuales ocho corresponden a créditos electivos, son seleccionados a gusto del estudiante elegible a partir de un portafolio amplio ofrecido por el Instituto de Estudios Interdisciplinarios, la Decanatura Cultural, las Facultades de Ciencias Sociales y Humanas y de Finanzas, Gobierno y Relaciones Internacionales, además de los ofrecidos directamente por la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras en temas como servicio, Pastelería, Chocolatería, Cocina Colombiana, Turismo en Inglés, Preparatorios examen DELF y Técnicas de Estudio, Procesos de Certificación de Calidad en Turismo, entre otros, según la demanda que realicen directamente los estudiantes y los propósitos académicos del programa.

11.2 Estrategias de aprendizaje

En la práctica académica el profesor muestra su capacidad para utilizar el saber, tanto disciplinar y profesional como pedagógico y didáctico, en contextos específicos, para interactuar con los estudiantes, acompañar sus aprendizajes y crear los ambientes que les permitan construir los conocimientos, habilidades, actitudes, valores y componentes transversales fundamentales para su campo de formación.

Algunas de las estrategias son:

- **La cátedra magistral** basada principalmente en el método expositivo argumentativo. Le da al profesor la oportunidad de compartir sus conocimientos y experiencias con los estudiantes a partir de un problema. Permite plantear puntos de vista alternativos que generen controversia y dinamicen los procesos académicos e investigativos.
- **El taller** permite aprender haciendo, mediante una metodología participativa. En el taller se abordan preguntas y problemas y fomenta el trabajo interdisciplinario. Su carácter es globalizador e integrador. Implica y exige de un trabajo en equipo y el uso de técnicas asociadas.
- **Los seminarios** son actividades académicas que facilitan la creación y construcción del conocimiento a partir de la lectura, el análisis y la confrontación sobre problemáticas y temáticas socialmente relevantes. Esta estrategia favorece el trabajo en equipo, la investigación individual y la capacidad argumentativa.
- **Estudio de casos**, en el cual los grupos de trabajo buscan dar soluciones creativas a situaciones típicas del sector. Esta estrategia busca ejercitar la capacidad de decisión y aplicación de los conocimientos.

- **Las salidas de campo** son un ejercicio práctico en el cual se fortalecen los conocimientos teóricos que reciben los estudiantes durante su formación académica. Las salidas, sus destinos, objetivos y plan de trabajo son programados semestralmente entre los docentes y las coordinaciones del programa.
- **Las visitas empresariales** constituyen un medio de contraste entre los conocimientos adquiridos en el aula de clase y la realidad de las empresas relacionadas o no con el sector. Son programadas, coordinadas y lideradas por los docentes, pues ellas cumplen el objetivo particular que ellos mismos pretendan dimensionar dentro de su práctica académica, investigativa o de extensión.
- **La práctica profesional** constituye una experiencia académica y pedagógica, la cual pretende que el estudiante integre y aplique los conocimientos y competencias adquiridos durante la carrera, en contextos específicos de su profesión, afianzando además sus aptitudes y habilidades personales. La práctica **profesional** se desarrolla en décimo semestre, una vez el estudiante haya cumplido con todos los requisitos académicos, buscando facilitar la aproximación de los futuros profesionales al mercado laboral.
- **Práctica intersemestral**, estrategia que se realizará en el periodo de vacaciones una vez que curse y apruebe VI semestre en cualquier tema de los módulos: Gestión y Cultura Gastronómica, Gestión de Alojamiento, Planificación y Gestión de Destinos; y antes de la práctica profesional. Será obligatoria la realización de al menos una de estas prácticas.
- **Prácticas extracurriculares** son aquellas adicionales a la obligatoria; es decir, a la Intersemestral. Las realiza el estudiante de manera voluntaria pero cumpliendo con la misma exigencia que la intersemestral.
- **Módulo** es entendido como la unidad de enseñanza-aprendizaje que organiza y gestiona los contenidos curriculares orientados a la formación de determinadas competencias mediante actividades integradoras; consiste en una estrategia pedagógica que busca la combinación coordinada entre la teoría y la práctica, para la resolución de problemas propios del ejercicio profesional, busca reproducir los procesos que se dan al interior de la gestión de **establecimientos gastronómicos** (de manera real), **establecimientos de alojamiento** (a través de simuladores), la **planificación y gestión de destinos** (soportados con trabajo de campo) y la **gestión estratégica y táctica de negocios** (con el apoyo de simuladores).

Las estrategias de enseñanza serán aplicadas dependiendo de la temática que se espera los estudiantes aprendan.

Para propiciar el aprendizaje de habilidades, actitudes y valores se tendrán en cuenta las siguientes estrategias:

Habilidades. Análisis, síntesis y sustentación de talleres y ejercicios: presentación de informes, adelanto de lecturas y representación de situaciones; trabajo en equipo y liderazgo (definir responsabilidades rotatorias para que todos los integrantes asuman un rol); organizar las visitas empresariales; talleres o trabajos sobre el montaje de una empresa y su funcionamiento durante un determinado periodo.

Actitudes y valores. Generar acuerdos éticos, formar con el ejemplo, generar ambientes que tengan coherencia entre docentes, administrativos, estudiantes, sociedad en general y todo el entorno académico; resaltar los que cumplen, y los que no, llevarlos a la reflexión.

Se considera pertinente la utilización de métodos vivenciales, donde se le facilitan insumos al estudiante como bibliografía tanto física como de internet para que desarrolle un caso, donde cada integrante desempeña un rol ante una situación problemática, sin darle un lineamiento de qué debe hacer cada uno.

En relación con el desarrollo de las competencias genéricas se proponen las siguientes estrategias:

Para la *competencia cognitiva* se debe desarrollar en el estudiante la capacidad para hacer (praxis), realizar actividades que favorezcan la convergencia entre saber y hacer.

Para la competencia comunicativa las estrategias están relacionadas con el fomento de la lectura, el desarrollo de la comunicación escrita y oral. Se apoyarán en el juego de roles. Además de propiciar conflictos utilizando la estrategia de juego de roles y estudio de casos, que les permitan a los estudiantes adelantar debates, discusiones y generar nuevas alternativas, evaluando permanentemente las posiciones de cada participante, el respeto a la diferencia desde lo comunicativo y su argumentación.

La competencia contextual se construirá a partir del análisis de la realidad y sus relaciones, usando la estrategia de informes sobre temas de actualidad, relacionados con la situación objeto de estudio, lectura de prensa y de revistas especializadas.

La competencia *valorativa* implica el fortalecimiento de los valores individual y grupal.

La competencia investigativa se consolida en el proyecto integrador propuesto para cada semestre y en el desarrollo de su trabajo de grado.

11.3 Criterios de evaluación

De acuerdo con el modelo pedagógico Construcción Social del Conocimiento, la evaluación es vista como un proceso integral, no como una acción final para calificar. La evaluación realizada durante todo el proceso de enseñanza y aprendizaje retroalimenta de forma permanente tanto al estudiante como al profesor en el desarrollo de las diferentes actividades, y toma como base las debilidades presentadas con el fin de fortalecerlas. Existe un proyecto común para evaluar, por semestre, donde confluyen las diferentes disciplinas, y el grupo de docentes evalúa, desde su mirada particular y en conjunto, las competencias que está construyendo el estudiante.

El proceso de evaluación se hará a partir de las estrategias de juego de roles, mesa redonda, debate, socialización, evaluación oral y escrita, donde estén presentes la autoevaluación, la heteroevaluación y la coevaluación, donde cada momento de interacción del estudiante es un momento para evaluar; es decir, se evaluaría en forma continua. Estas formas de evaluación se entienden así: Autoevaluación: el estudiante valora su propia actuación. Heteroevaluación: consiste en que el docente evalúa lo que el estudiante ha realizado, o su desempeño frente a la construcción de las competencias. Coevaluación: entre pares se evalúa la actividad o trabajo realizado, donde cada integrante valora lo que le pareció más interesante.

Durante el proceso se verifica el desarrollo de las competencias, determinando para cada una los indicadores que permitan realizar el seguimiento a los avances logrados por los estudiantes a partir del nivel en el cual se encontraba al iniciar el espacio académico. Se evaluará la capacidad organizativa, argumentativa, liderazgo, responsabilidad y respeto a las normas, y a través del debate y seminarios de investigación se evaluará el juicio crítico, el desarrollo moral, el uso de información y los conocimientos construidos por los estudiantes.

Se llevan a cabo evaluaciones integrales de competencias en quinto y octavo semestre, para realizar un seguimiento al desarrollo de competencias progresivas frente a los perfiles profesionales y ocupacionales de egreso y así mismo poder y realizar refuerzos o ajustes al proyecto curricular, de ser pertinente. Ese modelo de evaluación busca identificar el nivel de las competencias propositivas, argumentativas e interpretativas alcanzadas por los estudiantes en el respectivo semestre.

Cada una de las competencias cognitiva, comunicativa, contextual, valorativa e investigativa, será evaluada a partir de la observación, evidenciando la relación y aplicación eficaz de los conceptos; sustentación y evidencia de desempeño en el grupo a partir de los talleres y demás ejercicios sobre situaciones de la vida real y registrando cómo actúa cada uno, cómo se porta el uno respecto del otro, si trabajan en equipo, crear los

ambientes del mundo real en el salón, que contribuyen a desarrollar las competencias. Se evaluará el desarrollo de las dimensiones comunicativa, interpretativa, adaptabilidad, de liderazgo y creatividad, entre otras.

Se presentan varios momentos, el primero, la retroalimentación por parte de los estudiantes que viven el caso, y el segundo, la retroalimentación a través del docente, quien podría filmar para que posteriormente el estudiante vea y analice el desempeño y tome decisiones sobre qué debe mejorar, cómo lo hizo, y qué actividades está desempeñando correctamente, entre otros.

11.4 Opciones de Grado

Los estudiantes de la facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras pueden escoger las siguientes opciones de grado como requisito parcial para optar al título.

Elaboración y sustentación del trabajo de grado con aprobación del director y evaluadores.

Desarrollo de un trabajo de investigación avalado por la Coordinación de Investigaciones en el marco del Semillero de Investigación.

Mediante la Práctica de Investigación, opción por la cual puede acceder el estudiante una vez realice la solicitud formal y cumpla con la entrega de los documentos y ejercicios de apoyo avalados por la Coordinación de Investigaciones.

Programa Cualificate: cursar y aprobar dos (2) semestres de la Maestría en Planificación y Gestión del Turismo.

Promedio acumulado: obtener el mayor promedio acumulado superior a cuatro punto cinco (4.50) de su cohorte

12. INVESTIGACIÓN Y RELACIÓN CON EL SECTOR EXTERNO

12.1 Relaciones entre la docencia, la investigación y la proyección social

En cumplimiento de sus propósitos misionales, la Facultad fortalece las relaciones entre estos tres ejes fundamentales que son la esencia misma de la Universidad, y que a través de su pleno ejercicio permite la formación integral de los estudiantes.

La Facultad entiende que el mejoramiento de la calidad académica y el posicionamiento de la imagen institucional se logran a partir del nivel de excelencia académica e investigativa y del grado de vinculación que la Universidad y la Facultad logren

establecer con la sociedad, a través de los programas de consultoría, asesoría y educación continuada.

El principio de interdisciplinariedad, planteado anteriormente, garantiza la relación estructural entre docencia, investigación y extensión, dado que su enfoque dinamiza y contribuye a la difusión y fortalecimiento de las actividades investigativas. A su vez, la construcción de una cultura investigativa fortalece y potencia la búsqueda permanente de la excelencia académica.

La Facultad se ha venido apoyando en la política de apertura e internacionalización de la Universidad, que con su proyección e intercambio académico, investigativo y cultural, le garantiza el mejoramiento continuo de la relación entre investigación, docencia y extensión.

12.2 Investigación

La Universidad Externado de Colombia tiene como pilar fundamental la educación inscrita en marcos de calidad y excelencia académica. Según el Reglamento Orgánico Interno, en las finalidades básicas de la Universidad se encuentra “la enseñanza y el estudio del saber y su acrecentamiento, depuración y renovación: la investigación científica y la extensión de sus servicios a la comunidad” (Universidad Externado de Colombia, 2004, agosto, p. 10), además tiene como objetivo “la libertad de enseñanza, aprendizaje e investigación” (p. 10). En consecuencia, la Universidad ha tenido una preocupación fundamental por la calidad de la educación impartida, pues es uno de las debilidades estructurales identificadas en la educación superior del país, debilidad que radica, entre otras, en la poca importancia dada a la investigación en los distintos programas.

La Facultad, consciente de la necesidad de afrontar este problema, asume la investigación como un proceso fundamental para la formación de docentes y estudiantes, donde se recontextualiza, transforma y difunde conocimiento. Para formar comunidad académica en torno a la comprensión, investigación y gestión de la lúdica, el ocio creativo, el tiempo libre y el turismo es necesario establecer lazos de comunicación pedagógica entre los niveles de formación de pregrado y posgrado, articulándolos en una misma política académica que propicie el desarrollo de actitudes y habilidades investigativas.

La creación de una cultura de la investigación tanto en estudiantes como en profesores y egresados deberá partir de los aspectos curriculares, pedagógicos y didácticos del programa académico, para que a partir de la revisión y restructuración de las prácticas actuales se construya un nuevo paradigma donde los procesos investigativos sean el soporte fundamental de la Facultad.

En tal sentido, las actitudes y las prácticas de investigación están presentes transversalmente en los programas de pregrado y posgrado. La Facultad, más que generar aisladamente resultados de proyectos, se propone fortalecer la investigación formativa y consolidar la investigación, todo lo cual permite la reflexión del quehacer académico en torno a ejes temáticos que se construyan permanentemente a partir de la relación de la Universidad con la sociedad.

12.3 Grupo de investigación Turismo y Sociedad

Desde el mes de julio de 2003 el grupo “Turismo y Sociedad”, conformado por los docentes e investigadores con formación interdisciplinaria adscritos a las líneas de investigación de la Facultad, fue reconocido por Colciencias, reconocimiento otorgado por primera vez a un grupo en esta disciplina en el país, dentro de las áreas de conocimiento de las ciencias sociales aplicadas. En el 2017, y de acuerdo con el cambio en el sistema de re categorización de Colciencias, el grupo es reasignado a categoría C, y en diciembre de 2012, y de acuerdo al nuevo sistema, es finalmente “reconocido”.

Desde el año 2019 el Centro de Investigación, Innovación y Emprendimiento en Hotelería y Turismo comenzó a operar y tiene como objetivo “Desarrollar el entorno de emprendimiento, innovación e investigación empresarial en el país, con el ánimo de aportar al fortalecimiento del tejido empresarial colombiano y a la visibilización y mejora de los procesos de la FAETH”.

12.3.1 Objetivos

El objetivo general del grupo “Turismo y Sociedad” es desarrollar investigaciones que den respuesta a las reflexiones y problemáticas del turismo, las dinámicas e interacciones entre sus actores sociales y de las organizaciones asociadas. Tales investigaciones se presentan en artículos de revistas especializadas, en libros publicados en el ámbito nacional e internacional y en ponencias en congresos y seminarios.

Objetivos del grupo

Construir una comunidad académica de alto nivel que les permita a la Facultad y a la sociedad enriquecer su saber en el campo del turismo, con los nuevos aportes de las ciencias sociales y con un gran contenido humanístico y universal.

Diseñar y ofrecer programas en pregrado y posgrado de alta calidad académica para responder a las demandas del sector y contribuir a generar, recontextualizar y difundir conocimiento en este campo a nivel nacional e internacional.

Generar espacios académicos para garantizar el mejoramiento continuo de equipo de docentes, investigadores y personal administrativo de la Facultad.

Promover la investigación como soporte fundamental de la formación con programas de pregrado y posgrado, para la construcción de procesos de excelencia académica.

Proponer y desarrollar proyectos de investigación, enfocados al ámbito territorial, de planificación, desarrollo y gestión del turismo, así como en el ámbito empresarial.

Apoyar con capacitación de excelente calidad académica en educación continuada y posgrados para atender los requerimientos del desarrollo del turismo.

Fortalecer la política de publicaciones y estimular la producción intelectual de los miembros de la comunidad académica para lograr el intercambio de saberes y facilitar el diálogo entre pares académicos.

Desde el año 2004 el grupo cuenta con un plan estratégico que se formula cada año y periódicamente se revisan las metas establecidas, para de este modo orientar el quehacer de los docentes investigadores. Además, en la búsqueda del mejoramiento continuo del grupo de investigación se realiza un plan de mejoramiento en donde aquello que no se logró cumplir o que se cumplió parcialmente en el año anterior, se revisa y se trabaja para su cumplimiento futuro al 100%. Adicionalmente, se desarrollan líneas estratégicas en el área de investigación, tales como:

Producción y apropiación social del conocimiento.

Gestión de la investigación con pregrado y posgrado

Extensión social

12.3.2 Líneas de Investigación

El grupo de investigación “Turismo y Sociedad” ha formulado varias líneas de investigación en las cuales participan estudiantes, docentes e investigadores. A continuación se describen brevemente:

DESARROLLO, PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO

Objetivos generales

Comprender los procesos complejos relacionados con el desarrollo, la planificación y la gestión del turismo a partir de la interpretación de las condiciones históricas, ambientales, socio-culturales, económicas, políticas e institucionales de los territorios y sus dinámicas e interacciones con los actores sociales: Estado, sociedad civil y agentes económicos, entre otros.

Reflexionar sobre el aporte del turismo en la construcción de paz y memoria histórica,

y en la generación de bienestar y felicidad, el mejoramiento de la calidad de vida, la justicia y la equidad social.

Comprender las dinámicas turísticas contemporáneas mediante los imaginarios sociales, como experiencia cognitiva y estética.

Proponer modelos, metodologías e instrumentos que faciliten la comprensión de los procesos complejos de los territorios y su uso turístico y que aporten a su planificación y gestión competitiva y sostenible, de tal manera que se planteen alternativas para su desarrollo.

Objetivos específicos

Analizar los enfoques teóricos, metodológicos y conceptuales relacionados con las categorías de desarrollo, planificación y gestión que se han abordado desde diversas ciencias sociales y comprender su incidencia en el fenómeno turístico.

Interpretar los procesos derivados del impacto del turismo en los diversos territorios. Proponer planes y modelos de desarrollo, planificación y gestión turística para áreas con potencial o para destinos turísticos consolidados, que incorporen, entre otros, los enfoques de competitividad y sostenibilidad.

Desarrollar modelos comparativos de análisis entre diversos destinos turísticos.

Analizar las dinámicas del turismo en los territorios con investigaciones que permitan reflexionar, comprender y plantear soluciones relacionadas con la gestión del turismo, la competitividad, la valoración ambiental y cultural, las políticas públicas, el buen vivir, la felicidad, la sostenibilidad, los imaginarios sociales del turismo, la memoria histórica, entre otros.

Propósitos de la línea en el marco de la investigación formativa

Busca desarrollar en los estudiantes el pensamiento crítico, el análisis de contexto y la valoración ética frente a las diferentes formas de abordar los procesos de desarrollo, planificación y gestión del turismo para los territorios, así como las dinámicas en la que los actores sociales intervienen de manera directa o indirecta en estas apuestas.

Busca fortalecer la capacidad analítica y propositiva para la toma de decisiones en su futuro quehacer profesional.

Ejes de investigación

A partir del alcance de la línea de investigación en Desarrollo, Planificación y Gestión del Turismo, se establecen los siguientes ejes de investigación:

Desarrollo, ordenamiento y planificación de los destinos turísticos.

La relación humano-cultura-naturaleza y su incidencia en la planificación y gestión de destinos.

Turismo y políticas públicas.

Imaginario social del turismo.

Turismo y buen vivir.

Cultura, sociedad y turismo.

Enfoques, metodologías e instrumentos para la gestión de destinos.

GESTIÓN, INNOVACIÓN Y DESARROLLO EMPRESARIAL

Objetivo general

Llevar a cabo procesos de investigación, generación y divulgación del conocimiento sobre los diferentes sectores que forman la cadena de valor y productiva del turismo, incluyendo los procesos de gestión y desarrollo de los establecimientos y proyectos empresariales. El enfoque de esta línea es netamente empresarial y se pretende profundizar en las nuevas teorías, modelos e instrumentos que permitan escoger a la empresa el mejor camino hacia la sostenibilidad.

Objetivos específicos

Analizar las teorías administrativas clásicas y actuales más importantes en el pensamiento organizacional, así como sus enfoques, aportes y herramientas aplicables a la organización.

Analizar teorías de gestión empresarial en las diferentes áreas del negocio (operación, comercialización, gestión de recursos humanos y estrategia de negocio), así como los diferentes sistemas de organización y tendencias para la gestión empresarial actual.

Analizar las áreas administrativas y gerenciales, así como los factores internos y externos de la empresa, buscando el sentido social, cultural, humanístico, tecnológico, entre otros, a partir de la investigación, con el ánimo de generar alternativas sostenibles para el contexto local, regional y nacional.

Identificar, estudiar y proponer modelos de negocio y nuevos proyectos empresariales innovadores.

Analizar los factores, las tendencias y los cambios internos o externos que generan impactos de diferente índole en las áreas de gestión y desarrollo empresarial.

A partir de la investigación, propiciar soluciones a las necesidades de los diferentes sectores empresariales que hacen parte del turismo.

Sublíneas de investigación

A continuación, se listan los temas de las dos sublíneas que se incluyen en esta línea de investigación:

- *Gestión y desarrollo hotelero.*
- *investigación en escenarios de planificación de eventos y reuniones.*

HISTORIA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS Y PERDURABILIDAD DE LAS ORGANIZACIONES TURÍSTICAS

Objetivos. Historia de los destinos

General

Investigar con profundidad las historias de los destinos turísticos, valorar las prácticas tradicionales de los grupos sociales, en la construcción de los destinos, en su valoración económica y cultural.

Específicos

Recopilar información de los destinos turísticos en sus diversos contextos geográficos, económicos y culturales.

Visibilizar la emergencia de prácticas locales; comunidades con otras visiones más acordes a la salvaguarda de los territorios.

Objetivos. Perdurabilidad de organizaciones turísticas

Estudiar y analizar las diferentes razones por las cuales las organizaciones llegan a posicionarse en el mercado, manteniendo su liderazgo.

Estudiar los factores de perdurabilidad de organizaciones turísticas.

Analizar la cultura organizacional de dichas organizaciones.

Ejes temáticos: contextos

Contextos geográficos: los destinos turísticos representan, en primera medida, un sitio, desde los primeros lugares de veraneo, como playas marinas, actividades deportivas en el mar, luego las ciudades como destinos para los negocios, recorridos por sitios arqueológicos, zonas rurales, parques naturales. En la actualidad utilizamos el concepto de territorio para referirnos al lugar como ecosistema y la sociedad que lo habita. Y también al grupo social que lo transforma en un destino turístico.

Contextos económicos: los destinos turísticos están en estrecha relación con los paradigmas económicos tradicionales, y revisamos la presencia de los subsectores del turismo:

Alojamiento

Agencia de Viajes

Transporte aéreo, fluvial, terrestre

Gastronomía

Ferías y convenciones

Contextos culturales: en un mundo globalizado es clave preguntarse ¿cómo mantener la cultura? Y al mismo tiempo ¿estar en riesgo de homologarse? Es un enorme desafío. Esperamos que las respuestas partan de las comunidades locales, de su fuerza para pervivir.

Contexto organizacional: analizar las organizaciones exitosas en el sector turismo, sus factores de éxito, su mercado, su cultura organizacional y su posicionamiento en el mercado.

LA LÚDICA EN LAS INSTITUCIONES MODERNAS DE TIEMPO LIBRE. SU PROSPECTIVA EN LA POSMODERNIDAD

Objetivo

Encontrar el metasentido a las instituciones culturales que las sociedades han generado como culturas lúdicas en la historia de las sociedades complejas, partiendo de la búsqueda de una vida feliz

Ejes temáticos: posibles temas

Nuevas formas de entender el trabajo como una diversión: Se investigará la forma como se interpreta el trabajo entre la población de la zona objeto de estudio, y se plantearán posibles soluciones para una reinterpretación del mismo en términos de libertad y disfrute.

El trabajo extraprofesional, como mecanismo de aumento de ingresos y de aprovechamiento del tiempo libre: se plantearán posibles propuestas para el uso individual del tiempo libre, resultante después del trabajo o con motivo del desempleo, mediante las cuales se busque a la par satisfacción y recursos para satisfacer las necesidades familiares y personales.

Nuevas técnicas para la modificación del sentido del trabajo: se plantearán propuestas realizables dentro de la empresa para que los trabajadores interpreten su tiempo de trabajo como un medio para lograr su satisfacción espiritual y el disfrute de la vida,

previo un estudio de las sugerencias que hagan los mismos empleados, para tal efecto. El reflejo de los principios de ética del turismo en las normas reguladoras del aprovechamiento del tiempo libre actualmente vigentes en Colombia.

CULTURA GASTRONÓMICA: LA COMPLEJA RELACIÓN DE LAS COCINAS TRADICIONALES Y EL TURISMO

Objetivo general

Comprender la estrecha relación entre la gastronomía y el turismo desde el ámbito natural, social y cultural.

Objetivos específicos

Analizar las cocinas tradicionales como patrimonio cultural material, inmaterial y natural y su relación con el turismo.

Reconocer la valoración y apropiación de los alimentos como fuentes de bienestar, salud y uso recreativo.

Analizar el reconocimiento social o las declaratorias y sus efectos, asociados a la gastronomía y los territorios que producen los alimentos.

Proponer productos turísticos gastronómicos con alta calidad y sostenibles para fomentar la identidad y calidad de vida de los locales generando experiencias memorables en visitantes.

Ejes temáticos

Cocinas ancestrales y campesinas como identidad y patrimonio cultural inmaterial.

Turismo, saberes médicos y cocina

Patrimonio natural, paisaje cultural, declaratorias de origen y turismo

Turismo cultural gastronómico: identidad, sostenibilidad y producto turístico

Cambios en las dinámicas socioculturales y los efectos en el sistema alimentario y el turismo

12.4 Formación para la investigación

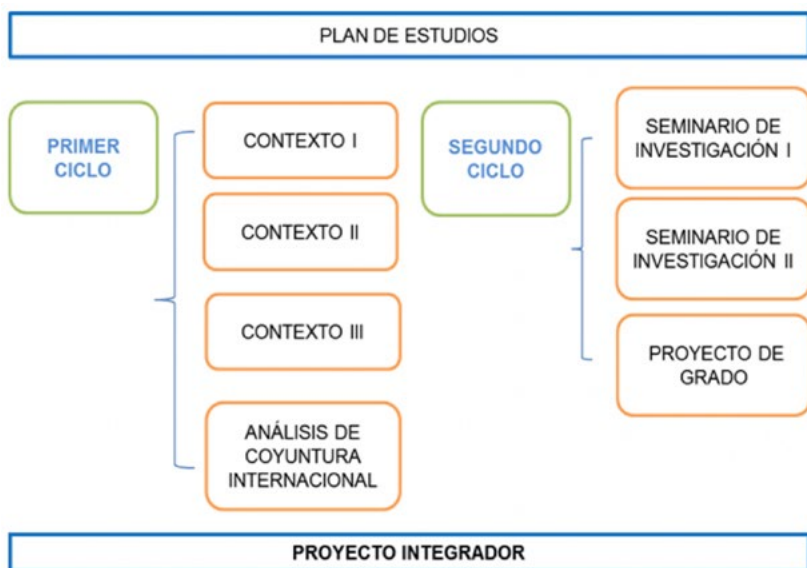
El objetivo de la sub-área de investigación formativa es brindar herramientas que permitan al estudiante, en un primer ciclo:

Potenciar las competencias comunicativas, perfeccionando capacidades tales como comprensión de lectura, técnicas de estudio, redacción, composición de textos, comunicación oral y escrita (Contexto I y II).

Contextualizar al estudiante en los procesos históricos en que se sitúa al turismo como fenómeno de la modernidad y análisis del contexto actual internacional (Contexto I, II, III y Análisis de Coyuntura Internacional).

La formación para la investigación se encuentra presente en el plan de estudios con espacios académicos, incorporados en el currículo durante todo el período del pregrado; un primer ciclo comprende: Contexto I, II, III, y Análisis de Coyuntura Internacional; un segundo ciclo comprende: Seminario de Investigación I, II y Proyecto de grado. El proceso de investigación culmina con la sustentación del trabajo de grado, con la presentación o socialización del producto de investigación que el estudiante haya escogido. Un espacio transversal lo constituye el proyecto integrador a través del cual se incorporan los contenidos de los espacios académicos de cada semestre y se potencian las competencias tanto de comunicación como de investigación de estudiantes y de docentes. También se encuentra la propuesta de fortalecimiento de la investigación dirigida a los docentes; y el semillero de investigación Tyquy Uba.

Gráfico 6: Plan de estudios



PRIMER CICLO DE FORMACIÓN

La formación para la investigación constituye un eje transversal que está orientado a mejorar las competencias de investigación de los estudiantes de pregrado (con los seminarios de Contexto I, II, III, Coyuntura Internacional, Seminarios de Investigación I, II, Proyecto de grado y Proyectos integradores) y de los docentes de pregrado.

Estudiantes de pregrado: el objetivo es brindar a los estudiantes de pregrado competencias comunicativas, metodologías e instrumentos de investigación que les permita consolidar un proyecto de investigación que responda a las problemáticas contemporáneas del turismo y que sean coherentes con la realidad del país y del sector.

La reflexión sobre la historia busca que el estudiante comprenda los hitos históricos que han marcado el devenir social tanto en Europa como en América Latina, incluyendo referencias a otros continentes, para centrarse en la historia de Colombia en las dos últimas centurias. Se reflexiona sobre la valoración de las culturas, sus legados en la construcción de un mundo globalizado, pero pluriverso y su relación con el turismo como hecho social complejo. Es de vital importancia la articulación interdisciplinaria de los docentes de la sub-área tanto en contenidos como en alcances y objetivos de cada uno de los espacios académicos, por cuanto están concebidos para que sean desarrollados de manera transdisciplinar.

Contexto I: se divide en dos componentes (componente de historia). Mirada histórica, analítica e interpretativa del período comprendido entre la prehistoria hasta la Revolución Francesa (1789) en Europa y América, teniendo como eje de análisis los viajes y su relación con la cultura, la sociedad, la economía y el entorno ambiental. Está programado con una intensidad de dos horas semanales presenciales.

Durante el componente dedicado a las **técnicas de estudio e investigación de Contexto I** está contemplado el perfeccionamiento de habilidades lexicográficas; expresión oral y escrita, consulta de fuentes, comprensión de lectura, elaboración de resúmenes, argumentación, debates y exposiciones y normas de citación y referenciación de publicación APA. Intensidad horaria: dos horas semanales presenciales.

Contexto II: se divide en dos componentes (componente de historia). Mirada histórica, analítica e interpretativa del período comprendido entre la Revolución Francesa y el siglo XX en Europa y América Latina, teniendo como ejes de reflexión los viajes y el turismo y su relación con la cultura, la sociedad y la economía. Intensidad horaria: dos horas semanales.

Durante el componente dedicado a las **técnicas de estudio e investigación de Contexto II** se plantea el perfeccionamiento de habilidades lexicográficas; expresión oral y escrita y la construcción de textos. Debates, ejercicios de resumen, planes de ensayo, estados del arte y exposiciones, entre otros. Intensidad horaria: dos horas semanales presenciales.

Contexto III: mirada histórica, analítica e interpretativa de la historia de Colombia desde las comunidades prehispánicas hasta hoy, con énfasis en el período entre los siglos

XIX y XX y con el objetivo de comprender las realidades actuales del país. Este espacio académico se complementa con la construcción de un ensayo para consolidar y perfeccionar su expresión escrita, y el perfeccionamiento en técnicas de expresión oral. Intensidad horaria: dos horas semanales presenciales.

Análisis de coyuntura internacional: mirada histórica, analítica e interpretativa de las coyunturas globales contemporáneas (problemas contemporáneos: globalización, crisis económicas, calentamiento global) y su relación con el turismo y las culturas. Intensidad horaria: dos horas semanales presenciales.

SEGUNDO CICLO DE FORMACIÓN

Una vez se ha fortalecido el conocimiento del contexto y se han potencializado las capacidades comunicativas, aunado al fortalecimiento de un sentido crítico, se generarán las herramientas para que el estudiante aborde, de manera estructurada, el proyecto de investigación que puede ser materializado en el trabajo de grado como una forma de participación activa en una sociedad que requiere de su compromiso y de su concurso profesional (Seminarios de Investigación I, II y Proyecto de grado).

Seminario de investigación I: tiene como objeto brindar a los estudiantes las herramientas técnicas, teóricas, conceptuales e instrumentales para la formulación de proyectos de investigación, aplicables al trabajo de grado (anteproyecto). Se realiza una explicación de las líneas de investigación, en lo posible por el director de cada línea, para que los estudiantes tengan un panorama general de los temas de investigación. Durante este semestre los estudiantes escogen el tema de investigación y adelantan, en conjunto con su director, el anteproyecto de la investigación. No es homologable. Se cursa en VII semestre, pero si el estudiante lo desea puede adelantarlos, siempre y cuando hubiese aprobado el análisis de coyuntura internacional.

Intensidad horaria: dos horas semanales presenciales. Entregable: anteproyecto de investigación que comprende delimitación y formulación del tema, justificación, objetivos, marcos de referencias teórico-conceptual y contextual, la metodología, las fuentes por consultar secundarias y primarias, además del esquema general de contenido, entre otros ítems. El anteproyecto se debe presentar acogiendo a normas de citación establecidas, preferiblemente las normas APA en su última versión disponible; sin embargo, los estudiantes pueden escoger la norma de citación que prefieran, siempre y cuando tengan una norma de citación unificada para la totalidad del trabajo.

Durante el seminario se utilizarán las didácticas que cada docente estime conveniente: exposiciones y debates conceptuales, aplicación de herramientas virtuales o presenciales.

Requisitos mínimos de aprobación: anteproyecto terminado, aprobado por director y radicado en la Secretaría de Investigaciones. Realizar la presentación del mismo en la jornada de investigaciones (10 minutos). Además de los requisitos propios de cada espacio académico.

Seminario de Investigación II: técnicas de investigación con ejercicios aplicados en lo posible al trabajo de grado. Se cursa en VIII semestre. Intensidad horaria: dos horas semanales presenciales. Entregables: ejercicios en los que se apliquen las técnicas de investigación abordados durante el Seminario y un mínimo del 50% del trabajo de grado avalado por director y asesor metodológicos. No es homologable.

Los marcos que se plantearon y presentaron en el anteproyecto de grado (teórico, conceptual, contextual y metodológico) se deben profundizar en el trabajo de grado. Estos deben estar presentes en el documento y ampliados. Aspectos como los objetivos, la metodología y la justificación pueden explicarse en la introducción.

Requisitos mínimos de aprobación: anteproyecto aprobado sin modificaciones por el evaluador, y entregado a la Facultad con carta del director; el 50% del trabajo aprobado por el director y el docente de seminario de investigación II, según rendimiento de estudiante en las clases, avances, etc. Realizar la presentación de los adelantos en la jornada de investigación (10 minutos). Además de los requisitos propios de cada espacio académico.

Seminario de proyecto de grado: asesoría metodológica personalizada para el avance y finalización del trabajo de grado. Homologable por aquellos estudiantes que han entregado el trabajo de grado avalado por su director y evaluadores a más tardar 10 días hábiles antes de la fecha de inscripción y cancelación del espacio académico establecido por la Coordinación Académica para cada semestre, habiendo terminado el espacio académico Seminario de Investigación (II) en el periodo académico inmediatamente anterior. El trabajo de grado puede quedar aprobado con modificaciones de forma para poder homologar este seminario. No obstante, cabe resaltar que el estudiante deberá inscribir la materia de Seminario de Proyecto de Grado en las fechas establecidas, y si homologa la misma según los parámetros establecidos en el presente documento, podrá retirarla dentro de las fechas establecidas. También puede ser homologable en caso de que el estudiante haga parte del Semillero de Investigación de la Facultad, y que dentro del marco del semillero haya desarrollado un proyecto y realizado un producto de investigación (artículo publicado o trabajo de grado aprobado), siguiendo las normas establecidas para tal fin.

Requisitos mínimos de aprobación: como mínimo el 80% del trabajo de grado avalado por director y docente del seminario. Realizar la presentación de los adelantos en la jor-

nada de investigación (15 minutos). Además de los requisitos propios de cada espacio académico.

Sustentación de trabajos de grado: la sustentación es requisito para grado. Si no se hace con la calidad requerida, se deberá repetir.

Proyecto integrador

Con el propósito de desarrollar las competencias comunicativas y de investigación en los estudiantes, además de la inteligencia social, la crítica comunitaria y la generación de un saber colectivo, se ha propuesto la formulación de una pregunta de investigación en los espacios académicos, la pregunta permitirá incentivar diálogos y debates en los distintos espacios académicos, así como ejercicios comunicativos e investigativos que integren conocimiento interdisciplinario. La pregunta debe ser resuelta por los alumnos, con el apoyo del grupo colegiado de docentes del respectivo semestre. Tal proyecto integrador debe ser crecientemente complejo a medida que el estudiante avanza en el desarrollo de su carrera. Los proyectos integradores serán evaluados por el grupo de docentes, desde sus perspectivas y saberes, de una forma interdisciplinaria.

El proyecto integrador constituye un eje transversal en toda la carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. El objetivo es desarrollar un ejercicio de investigación con el que se articulen los espacios académicos del semestre, para lo cual se aplican instrumentos de investigación para la captura y análisis de información primaria y secundaria. La metodología prevista es la de aprender-haciendo (Wompner & Montt, 2007), para que de manera práctica los estudiantes se aproximen a la investigación como un ejercicio que les permite comprender el mundo, los entornos empresarial y territorial del turismo.

Los docentes de Contexto I y II, otros docentes con perfiles similares y los tutores líderes, gracias a su perfil como expertos en habilidades comunicativas, acompañarán a los estudiantes en el desarrollo del proyecto integrador, reforzando la organización del texto, el manejo de citas y referencias, la ortografía y sintaxis del documento. Además, harán ejercicios de expresión oral para la preparación del estudiante en las presentaciones finales del proyecto. El acompañamiento se hará mediante sesiones presenciales en las que, de forma pedagógica, lúdica y práctica, se enamorará al estudiante en la buena escritura y la excelente expresión como competencias para su desarrollo profesional y personal.

Con el propósito de generar las competencias investigativas en los estudiantes desde los primeros semestres, se harán módulos semestrales que apunten a apoyar el desarrollo del proyecto integrador y que se harán durante el espacio presencial previsto para la tutoría del mismo. Se estima conveniente que los módulos sean impartidos por docentes expertos en cada uno de los temas.

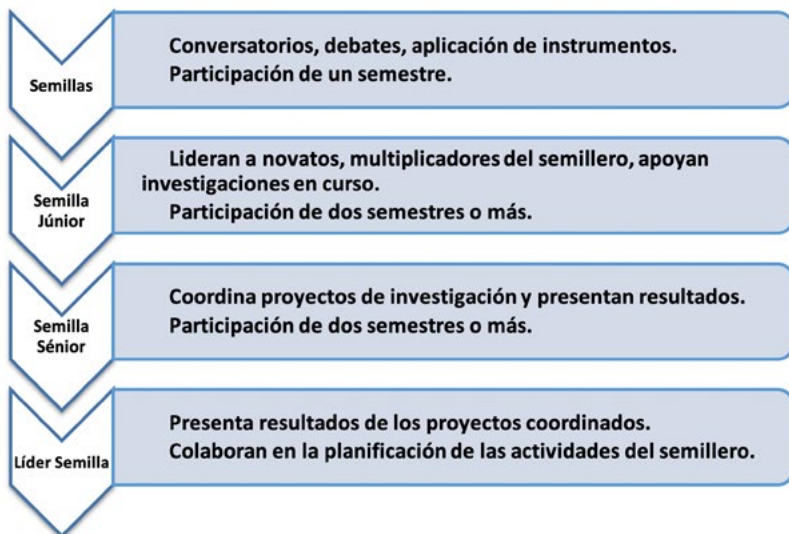
Semillero de Investigación TYQUY UBA

El semillero de investigación está dirigido a todos los estudiantes de pregrado de la FAETH que deseen conocer y comprometerse con la formulación de investigaciones, aplicación de metodologías e instrumentos de investigación que les permita analizar temáticas propias del turismo.

Su nombre, TYQUY UBA, significa semilla de la felicidad en lengua chibcha y expresa el fundamento del semillero y el objetivo del turismo.

En cada semestre los estudiantes desarrollan diferentes proyectos de investigación y se da continuidad a los que se encuentren en curso. Además, se realizan actividades lúdicas, salidas de campo y visitas empresariales. Desde el año 2013 el semillero se encarga anualmente de la organización del Día Mundial del Turismo que, desde el año 2017, se plantea como un evento más integral que tiene una duración de una semana en que se realizan múltiples actividades y dinámicas que tienen que ver con el lema del año en curso.

Durante la vinculación del estudiante al semillero, existen cuatro niveles de participación:



Fuente: Semillero de investigación en turismo Tyquy Uba, 2017

Centro de Investigaciones, Innovación y Emprendimiento en Turismo y Hotelería (CIIETH)

Contribuir en el desarrollo del entorno de emprendimiento, innovación e investigación empresarial en el país, con el ánimo de aportar al fortalecimiento del tejido empresarial colombiano y a la visibilización y mejora de los procesos de la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras (FAETH).

Pilares

– **Gestión y Desarrollo Empresarial.** Contribuir con la generación de valor a la FAETH en sus programas de pregrado y posgrado; dinamizar las actividades formativas:

Investigación. Fortalecer la línea de Investigación Gestión y Desarrollo Empresaria y crear la Cultura de Emprendimiento e Innovación:

Innovación. Crear red networking especializada para generar y transferir conocimiento en temas de turismo, hotelería y sostenibilidad

Líneas estratégicas

– Gestión y desarrollo empresarial. Sensibilización de los alumnos de pregrado y posgrados, acompañamiento en el emprendimiento a los estudiantes, llevar a cabo el ciclo de asesorías, construir indicadores y medir resultados

– Sistema de información mercados (entorno). Búsqueda constante de información actualizada en todos los campos del sector: hotelería, turismo, sostenibilidad, entretenimiento. Este debe ser un trabajo de estudiantes y docentes.

– Participación en eventos. Búsqueda de eventos y concursos, priorizar eventos para participar, preparación previa de los participantes al evento, participar en los eventos

– Casos gerenciales en H y T. Selección de la metodología para crear y seleccionar casos de estudio (construcción), comunicación de la metodología a los alumnos de noveno semestre, construcción del caso basados en el informe de práctica empresarial que actualmente realizan los estudiantes., revisión, retroalimentación y ajustes al caso, búsqueda plataforma para publicación, publicación de casos de estudio. Se sugiere en BD virtuales indexadas

– Semillero de investigación empresarial

12.6 Publicaciones

La Coordinación de Investigaciones realiza publicaciones periódicas en revistas académicas indexadas. Además, se editan libros producto de los congresos, eventos o investigaciones realizadas por el Grupo Turismo y Sociedad. Para ver las publicaciones del grupo de investigación, favor referirse a la página de internet (<https://www.uexternado.edu.co/administracion-empresas-turisticas-hoteleras/publicaciones/>).

Revista Turismo y Sociedad

La revista *Turismo y Sociedad* (ISSN impreso: 0120-7555; ISSN digital: 2346-206X) es un espacio académico que privilegia el debate, el intercambio de ideas y de posturas frente al turismo como fenómeno complejo desde una mirada interdisciplinaria, con el propósito de investigar las múltiples aristas que hacen parte de su esencia.

Los objetivos de la revista *Turismo y Sociedad* son, de una parte, abrir un espacio académico de intercambio de ideas, enfoques, posturas y debate; y de otra, dar a conocer artículos que no hayan sido publicados en otras revistas y sean producto de la reflexión teórica o de la práctica investigativa. Asimismo, busca aportar al avance del conocimiento en áreas como: ocio, tiempo libre y turismo; desarrollo, planificación, gestión e innovación en turismo; políticas públicas, gobernanza y turismo; ética y turismo; educación y turismo; turismo sostenible; economía y turismo; cultura, imaginarios sociales y turismo; globalización y turismo; desarrollo e impactos del turismo, gerencia y gestión hotelera, entre otros.

La revista *Turismo y Sociedad*, consciente de las exigencias del mundo académico, que implican estrechar los vínculos con la comunidad científica, dar respuesta a las necesidades de conocimiento y ampliar la difusión del quehacer investigativo, evoluciona y cambia su periodicidad. A partir del 2015, la revista comienza a ser publicada semestralmente manteniendo el compromiso frente a los estándares de calidad establecidos para asegurar la rigurosidad, la pertinencia y la visibilidad de los trabajos editoriales publicados. Por esto, la revista publicará dos números al año: enero-junio y julio-diciembre, de tal manera que se logre una mayor visibilidad de la producción relacionada con el fenómeno social del turismo.

La revista está indexada en las siguientes bases de datos:

1. Colciencias (Colombia)
2. Emerging Sources Citation Index
3. Thomson Reuters
4. Latindex (México)
5. CAB Abstracts
6. Cengage Learning (USA)
7. Proquest (USA)
8. Dialnet (España)
9. Clase - Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades (México)
10. SSRN - Social Science Research Network (USA)
11. DOAJ - Directory of Open Acces Journals (Suecia)
12. REDIB
13. OJS (Open Journal System) (USA)
14. EBSCO (México)
15. Latam - Studies
16. Redalyc (La Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal)

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc>

Seriado Tiempo Libre y Turismo

Desde el año 2018, los trabajos de grado meritorios tienen la posibilidad de ser publicados como parte del Seriado Tiempo Libre y Turismo, como mérito por el esfuerzo que los estudiantes realizan tanto en el desarrollo de la investigación como en la presentación de los resultados y la sustentación. Cada año se planea tener tres seriados publicados que sean de la autoría de los estudiantes de la Facultad quienes hayan demostrado excelencia en el trabajo de investigación.

<https://www.uexternado.edu.co/administracion-empresas-turisticas-hoteleras/publicaciones/>

Revista Akua

La revista Akua tiene como objetivo incentivar y promover la investigación en los estudiantes de diferentes disciplinas con la publicación de artículos para dar a conocer los

trabajos a la comunidad universitaria. Todos los estudiantes, independientemente del semestre en el que se encuentren, pueden presentar sus artículos, incluyendo artículos resultado de los proyectos integradores (<https://www.uexternado.edu.co/semillero-investigacion-tyquy-uba/>).

12.7 Relación con el sector externo

El programa de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras se ha propuesto impactar en la sociedad por medio de diferentes proyectos que vinculan sus acciones formativas con el sector productivo en el área turística, en la realización de trabajos en desarrollo, planificación y gestión territorial y con las comunidades locales y nacionales, produciendo nuevos conocimientos derivados de la investigación, con el desarrollo de actividades de consultoría, asesoría y extensión social a la comunidad y con el impacto que generan los egresados en su desempeño laboral.

12.7.1 Proyectos de consultoría, asesoría y extensión social

La Universidad Externado de Colombia consagra sus Facultades como unidades académicas de docencia, investigación y extensión, que confían y son optimistas, en la viabilidad de Colombia como nación. Trabajando por la reafirmación de la identidad nacional, que luchan por el perfeccionamiento del Estado Social de Derecho y buscan la igualdad en los planos social y económico (Universidad Externado de Colombia, Misión).

Con el fin de alcanzar tales propósitos y con la convicción de vivir plenamente el espíritu externadista, la Universidad busca formar personas que se caractericen por ser agentes integrales y que generen conocimiento coherente con su idea educativa, e incentiven la relación del estudiante con la población.

Siguiendo esta línea, la Facultad y el Grupo de Investigación Turismo y Sociedad se ha propuesto impactar en la sociedad con diferentes proyectos que vinculan sus acciones formativas con el desarrollo turístico del país y con el sector productivo, a partir de la realización de proyectos de planificación y gestión territorial, o de apoyo a cadenas productivas con participación de las comunidades locales. Asimismo, busca generar nuevos conocimientos derivados de la investigación, con el desarrollo de actividades de consultoría, asesoría y extensión social dirigidos a la comunidad. Se destaca el impacto que generan los egresados en su desempeño laboral tanto en el sector público nacional, regional y local como en el sector privado.

Merecen mención los proyectos adelantados en los últimos años a partir de los procesos de consultoría y extensión social, en los cuales se destacan los presentados

en el siguiente link:

<https://www.uexternado.edu.co/extension-social/>

12.8 La Facultad como Unidad Sectorial de Normalización en Turismo Sostenible

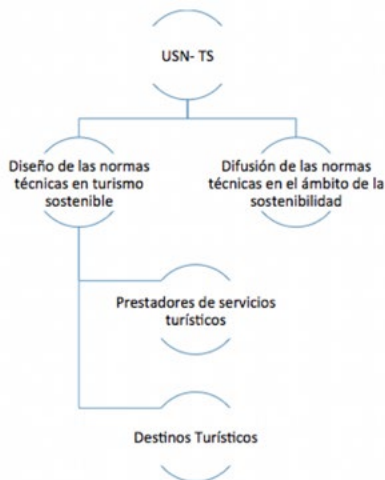
El 19 de octubre de 2005 se firmó el convenio entre el Instituto Colombiano de Normas Técnicas (ICONTEC) y la Universidad Externado de Colombia, con el fin de crear la Unidad Sectorial de Normalización en Turismo Sostenible (USNTS).

La misión de la USNTS es el diseño y difusión de las normas técnicas en el ámbito de la sostenibilidad para la gestión de destinos turísticos de Colombia y para prestadores de servicios turísticos. Como campos específicos de trabajo se establecieron los siguientes:

- Definición de criterios de sostenibilidad para los prestadores de servicios turísticos tales como establecimientos de alojamiento y hospedaje, agencias de viajes, restaurantes y guías de turismo, entre otros.
- Definición de criterios de sostenibilidad para destinos turísticos de Colombia.

Como ente coordinador de la Unidad Sectorial de Normalización en Turismo Sostenible, la cual tiene definidos dos ámbitos de acción:

Gráfico XX: Ámbitos de acción USNTS



Fuente: Coordinación de Investigaciones, 2018.

La USNTS elabora las normas técnicas en forma participativa, a partir del trabajo que adelantan los comités técnicos conformados por empresarios, delegados del gobierno, la academia, los usuarios, expertos en el tema y demás personas interesadas. Hasta la fecha la USNTS ha elaborado y publicado las siguientes normas:

<https://www.uexternado.edu.co/administracion-empresas-turisticas-hoteleras/normas-tecnicas-sectoriales-turismo-sostenible/>

12.6.2 Guías de clase y de Proyecto Integrador

Cuadro 7. Guía de clases y de proyecto integrador

Guía para la elaboración del proyecto integrador de noveno semestre	Tutor líder y grupo colegiado de docentes noveno semestre	2015
Guía para la elaboración del proyecto integrador de octavo semestre	Tutor líder y grupo colegiado de docentes, octavo semestre	2015
Guía para la elaboración del proyecto integrador de séptimo semestre	Tutor líder y grupo colegiado de docentes, séptimo semestre	2014
Guía para la elaboración del proyecto integrador de sexto semestre	Tutor líder y grupo colegiado de docentes, sexto semestre	2014
Guía para la elaboración del proyecto integrador de Quinto semestre	Tutor líder y grupo colegiado de docentes, quinto semestre	2013
Guía para la elaboración del proyecto integrador de cuarto semestre	Tutor líder y grupo colegiado de docentes, cuarto semestre	2013
Guía para la elaboración del proyecto de tercer semestre	Tutor líder y grupo colegiado de docentes, tercer semestre	2012
Guía para la elaboración del proyecto de segundo semestre	Tutor líder y grupo colegiado de docentes, segundo semestre	2012
Guía para la elaboración del proyecto de primer semestre	Tutor líder y grupo colegiado de docentes, primer semestre	2011
Guía Académica para la elaboración y presentación de trabajos escritos y exposiciones orales	Adriana Rodríguez Saavedra y otros	2010

Fuente: elaboración Coordinación Académica, 2019.

12.8.3. Prácticas profesionales

Las prácticas profesionales, intersemestrales y extracurriculares como estrategias pedagógicas constituyen una forma de vinculación con el sector externo, que permiten, de un lado, integrar los conocimientos del estudiante y, del otro, ponerlos al servicio del em-

presario o de la comunidad, de tal forma que se avance en la apropiación del mismo por parte del sector y permita nuevos modelos de desarrollo que beneficien a los diferentes actores. Para el primero de los casos, la orientación de las acciones se hace a partir de la visión del destino como un territorio donde confluyen los atractivos, empresas de servicios de acogida, organizaciones e infraestructura y se generan significativas relaciones con la comunidad receptora, esto implica su análisis y gestión con un enfoque transversal de sostenibilidad y responsabilidad social, de tal forma que la interrelación entre los aspectos ambientales, socioculturales, económicos y la satisfacción del turista, aporten beneficios positivos para las partes involucradas, buscando minimizar los potenciales impactos significativos que se puedan derivar de esta actividad.

Desde lo empresarial, la vinculación con el sector productivo tiene una mirada sistémica; esto es, a partir de las áreas misionales y de soporte, atendiendo los procesos organizacionales, financieros, productivos, de gestión del capital humano, de mercadeo y relación con los clientes y, finalmente, los procesos gerenciales que aportan la estrategia empresarial en busca de la competitividad.

Las prácticas mencionadas se consideran requisito académico, salvo las denominadas extracurriculares que son de carácter voluntario según los intereses de los estudiantes. Las salidas de campo, al igual que las prácticas, tienen como finalidad la integración de conocimientos a partir de un determinado núcleo temático que se trabaja según el semestre en el cual se encuentra ubicada, y permite la mejor comprensión y asimilación del aprendizaje de conceptos, recolectar información diagnóstica frente al tema y apropiar las temáticas en forma aplicada para posteriores actuaciones.

La práctica de investigación, orientada por la coordinación de investigaciones, permite a los estudiantes participar en los proyectos de consultaría, extensión social e investigación que desarrolla la Facultad.

La práctica social también establece un contacto directo con la actividad turística, cuyo objetivo es fortalecer la formación integral y compartir lo aprendido con las comunidades receptoras, generalmente con estadios tempranos en la gestión del turismo. Se torna especialmente interesante en la medida en que permite desarrollar el turismo bajo la visión de sostenibilidad. Esta modalidad, al igual que las anteriores, cuenta con soporte académico de la Facultad.

13. INTERNACIONALIZACIÓN

En el marco de una filosofía pluralista, abierta a todas las corrientes de pensamiento, y que estimula y apoya la cooperación con universidades de todas partes del mundo y permiten a los externadistas mantenerse actualizados frente a los avances de las cien-

cias, la facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras ha realizado un trabajo prudente, reflexivo, justo y concienzudo, desde hace varios años, que impulsa y promueve avances en materia de internacionalización. Amparados en una política institucional, que a su vez proporciona grados de libertad a las facultades para operar en este ámbito, esta unidad académica se ha concentrado en tres pilares fundamentales, con el único propósito de extenderse fuera de los límites del territorio colombiano

- Movilidad (comprende desplazamientos de estudiantes, docentes e investigadores a universidades en el exterior, o que visitan el extranjero, y que implican visitas temporales o estancias de corto plazo; con tales universidades se han suscrito convenios de cooperación con fines académicos –adelantar estudios, participar como expositores o ponentes en eventos, involucrarse en el desarrollo de proyectos específicos, etc.– y que pueden generar, según el caso, productos específicos como memorias, documentos, publicaciones, entre otros).
- Alianzas y asociaciones con organismos e instituciones de carácter internacional (esto es, vinculación y permanencia con entidades que compartan el interés por el turismo y que pueden beneficiar a la Facultad gracias al posicionamiento y trayectoria de cada una de ellas en el ámbito internacional, así como las redes, contactos, conexiones que podrían resultar miembros de este tipo de asociaciones).
- Educación Transnacional (Lograr la generación de programas de formación que trasciendan las fronteras geográficas del territorio nacional, y que redunden concretamente en opciones para doble titulación, cátedras conjuntas, programas diseñados a la medida en asocio con universidades en el exterior que respondan a las necesidades del sector).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adorno, T. y Horkheimer, M. (1986). *Sociología*. Bogotá: Taurus Santillana.

Adorno, T. y Horkheimer, M. (1986). *Sociología*. Bogotá, Colombia: Taurus Santillana.

Asociación Colombiana de Facultades de Administración e ICFES (2009). Marco de referencia exámenes de calidad de la educación superior en Administración. Bogotá, Colombia: Autor.

Bain, K. (2007). *Lo que hacen los mejores profesores universitarios*. España: Universidad de Valencia.

Barnett, R. (2001). *Los límites de la competencia*. Barcelona: Gedisa.

- Barnett, R. (2008). *Para una transformación de la Universidad. Nuevas relaciones entre investigación saber y docencia*. Barcelona: Octaedro.
- Berger, P. & Luckmann, T. (1978). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Berman, M. (1988). *Todo lo sólido se desvanece en el aire; la experiencia de la modernidad*. Bogotá, Colombia: Siglo XXI.
- Bernal, J. (1976). *Historia social de la ciencia*. España: Barcelona: Península.
- Bonilla, C. (1998). *Formación de investigadores, estudios sociales y propuestas del Futuro*. Bogotá, Colombia: Colciencias - Tercer Mundo Editores.
- Botero, U. D. (1994). *El derecho a la utopía*. Bogotá, Colombia: Universidad Nacional, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas.
- Briggs, J. & Peat, D. (1999). *Las siete leyes del caos*. Barcelona: Grijalbo.
- Briones, G. (1979). *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales*. Buenos Aires: Tercer Mundo Editores.
- Callejas R. M. (comp.). (2005). *La investigación-acción como modelo para la innovación pedagógica en ciencias e ingenierías. Desarrollo de competencias en ciencias e ingenierías: hacia una enseñanza problematizada*. Bogotá, Colombia, Colombia: Magisterio.
- Cardona Guarín, I. C. (2009). *35 años de la Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras (1974-2009)*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Caro, B. L. (1993). *Autonomía y calidad, ejes de la reforma de la educación superior en Colombia*. Bogotá, Colombia: Universidad de los Andes y Universidad Nacional de Colombia.
- Carr, W. & Kemmis, S. (1988). *Teoría crítica de la enseñanza*. Barcelona: Martínez Roca.
- Carr, W. (1989). *Calidad de la enseñanza e investigación-acción*. Sevilla, España: Díada. Traducción de Ángel Martínez Geldhoff.
- Casarini, R. M. (1997). *Teoría y diseño curricular*. México: Trillas.

- Castillo H. M. et al. (1996). *Características de calidad: hacia una universidad autorregulada*. Medellín, Colombia: Universidad de Antioquia.
- Conferencia Mundial de Educación Superior (8 de julio, 2009). *Las nuevas dinámicas de la educación superior y la investigación para el cambio social y el desarrollo*. Recuperado en <http://www.unp.edu.py/priexu/DFCMES.pdf>.
- Consejo Nacional de Acreditación (2006). *Lineamientos para la acreditación*. Bogotá, Colombia: ICFES.
- Delva, J. (1991). *Los fines de la educación*. España: Siglo XXI Editores.
- Demo, P. (1976). *Investigación-acción: mito o realidad*. Bogotá, Colombia: Kapeluz.
- Díaz, M. & Muñoz J. A. (1990). *Pedagogía, discurso y poder*. Bogotá, Colombia: Corporación para la Producción y Divulgación de la Ciencia y la Cultura.
- Duverger, M. (1972). *Métodos de investigación de las ciencias sociales*. Barcelona, España: Ariel.
- Elliot, J. (1994). *La investigación-acción en educación*. Madrid, España: Morata.
- Esser, K. (1999). *Competencia global y libertad de acción nacional*. Caracas: Nueva Sociedad.
- Facultad Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras (2004). *Proyecto Académico*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Facultad Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras (2009). *Actas Comité Curricular*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Facultad Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras (2010). *Actas Comité Curricular*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Facultad Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras (2011). *Actas Comité Curricular*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Facultad Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras (2014). *Proyecto Académico*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Facultad Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras (2018). *Acta Consejo Directivo*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.

- Facultad Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras (2018). Actas Comité Curricular. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Fayol, H. (1981). *Administración industrial y general*. Buenos Aires: Ateneo.
- Fernández, V. R. (2006). *Sistema de indicadores de competitividad para el turismo colombiano*. Bogotá, Colombia: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Fernández, V. R. & Aharón P., O. (1995). *La planificación del turismo en las entidades Territoriales*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Fernández, V. R. & Kellman, C. (1986). *Tiempo libre, turismo y sociedad*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Finkel, D. (2008). *Dar clase con la boca cerrada*. España: Universidad de Valencia.
- Flórez O., R. (1995). *Hacia una pedagogía del conocimiento*. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill Interamericana.
- Flórez O., R. (1999). *Evaluación pedagogía y cognición*. México: McGraw-Hill.
- Gallego B., R. (1990). *Saber pedagógico. Una visión alternativa*. Bogotá, Colombia: Magisterio.
- Gallego B., R. (1993). *Discurso sobre el constructivismo*. Bogotá, Colombia: Rojas Eberhard.
- García V., A. (2001). *Didáctica Universitaria*. Madrid: La Muralla.
- Gastón, B. (1987). *La formación del espíritu científico*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- Gilbert, R. (1996). *¿Quién es bueno para enseñar?* Barcelona: Gedisa.
- Grundy, S. (1998). *Producto o praxis del currículum* (3.ª ed.). Madrid, España: Morata.
- Gurria Di Bella, M. (1995). *Ética profesional. El turismo como ejemplo*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Gutiérrez, P. G. (1986). *Metodología de las ciencias sociales*. Tomos 1 y 2. México: Harla.
- Habermas, J. (1986). *Conocimiento e interés*. Bogotá, Colombia: Tauros Santillana.

- Hernández, C. A. (2002). *Disciplinas*. Bogotá, Colombia: Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior-Ministerio de Educación Nacional.
- Hughes, J. (1975). *La filosofía de la investigación social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Imbernon, F.; Alonso, M.; Arandía, M.; Cases, I.; Cordero, G.; Fernández, I. et al. (2002). *La investigación educativa como herramienta de formación del profesorado*. Barcelona: Graó.
- Jiménez, C. A. (1998). *Pedagogía de la creatividad y de la lúdica*. Bogotá, Colombia: Mesa Redonda Magisterio.
- Jiménez, L. F. (1986). *Teoría Turística*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia. (2003). La complejidad como visión postmoderna del turismo. Apuntes para la cátedra de Teoría Turística y del Tiempo Libre. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia.
- Kent, R. (comp.). (1996). *Los temas críticos de la educación superior en América Latina, estudios comparativos*. México: Universidad Autónoma de Aguas Calientes, Facultad Latina de Ciencias Sociales, Fondo de Cultura Económica.
- Kuhn, T. (1984). *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Kosko, B. (1995), *Pensamiento borroso - La nueva ciencia de las lógicas borrosas*. Barcelona: Crítica.
- López, N. (2001) *La de-construcción curricular*. Bogotá, Colombia: Magisterio.
- Lowy, M. et al. (1984). *Sobre el método marxista*. México: Grijalbo.
- Lucio, R. (1989). "Educación y pedagogía, enseñanza y didáctica: diferencias y relaciones". *Revista U. de la Salle*, 11(1), 25-35.
- McKernan, J. (1999). *Investigación-acción y currículum*. Madrid: Morata.
- Meirieu, P. (2009). *Aprender, sí. Pero ¿cómo?* Barcelona: Octaedro.
- Mejía, J.M.R. (1995). *Educación y escuela en el fin del siglo*. Bogotá, Colombia: Centro de Investigación y Educación Popular.

- Ministerio de Educación Nacional (2006). *Lineamientos para la acreditación de programas*. Bogotá, Colombia: Consejo Nacional de Acreditación.
- Monereo, C. y Pozo, J. I. (2001). *Competencias para sobrevivir en el siglo XXI*. Cuadernos de Pedagogía, n.o 298. España.
- Not, L. (1987). *Las pedagogías del conocimiento*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Parra, S. R. (1992). *La calidad de la educación, universidad y cultura popular*. Colombia: Fundación para la Educación Superior y el Desarrollo Social - Tercer Mundo Editores.
- Obando L., J.; Ochoa, F.; De Duque, R. I.; Rozo, E. y Villada, I. (2010, noviembre). "Modelos de sistema de gestión para la sostenibilidad en destinos turísticos". *Turismo y Sociedad*, 11, 175-200.
- Pagés, T., C. y Pardo, J. (2010). *Buenas prácticas docentes en la Universidad*. Barcelona: Octaedro.
- Porlán, R. (1993). *Constructivismo y Escuela*. Sevilla: Díada.
- Pozo, J. I. & Gómez, M. A. (1998). *Aprender y enseñar ciencia*. Madrid: Morata.
- Ranciére, J. (2007). El maestro ignorante. Cinco lecciones sobre la emancipación intelectual. Buenos Aires: Libros del Zorzal.
- Sallenave, J. P. (1988). *Gerencia integral*. Bogotá, Colombia: Norma.
- Savater, F. (1998). *Ética como amor propio*. Barcelona: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Grijalbo Mondadori.
- Savater, F. (1997). *El valor de educar*. Barcelona: Ariel.
- Schon, D. (1992). *La formación de profesionales reflexivos. Hacia un nuevo diseño de la enseñanza y el aprendizaje en las profesiones*. Barcelona, España: Paidós.
- Singer, P. (1995). *Ética para vivir mejor*. Barcelona: Ariel.
- Stenhouse, L. (1991). *Investigación y desarrollo del curriculum*. Madrid: Morata.

- Torres S, J. (1996). Globalización e interdisciplinariedad: El curriculum integrado. Madrid: Morata.
- Toulmin, S. (1972). La comprensión humana. El uso colectivo y la evolución de los conceptos. Madrid: Alianza.
- Unesco. Conferencia Mundial sobre la Educación Superior (1998). La educación superior en el siglo XXI. París: Visión y Acción.
- Vizcaya G., C.A. (noviembre, 2009). La complejidad de lo simple: conceptos básicos para la buena administración de las empresas. Turismo y Sociedad, 9, 30-38.
- Wittrock, M. (1989). La investigación de la enseñanza, vol. I, Madrid: Paidós.
- Wittrock, M (1989). La investigación de la enseñanza, vol. II, Madrid: Paidós.
- Wittrock, M (1989). La investigación de la enseñanza, vol. III, Madrid: Paidós.
- Zuluaga, G. (1972). El método en Marx y Hegel. España: Camilo Álvarez de Morales.

Universidad
Externado
de Colombia

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

