



Universidad Nacional de
Mar del Plata

MAR DEL PLATA, 15 de abril de 2013.-
ORDENANZA DE CONSEJO ACADÉMICO N° 038.-

VISTO el pedido formulado a la Secretaría Académica, de arbitrar los medios para que las Areas Pedagógicas eleven los Planes de Trabajo Docente, (P.T.D.) con un formato estandarizado de acuerdo al instrumento A Plan de Trabajo del Equipo docente, -Expediente N° 5-3398/13-.

Lo establecido en la O.C.S N° 690/ 93 y en la R.R. N° 1413/05, y

CONSIDERANDO:

Que la O.C.S. N° 493/05, modificatoria de los artículos 19°, y 63° a 75° inclusive de la O.C.S. N° 690/93, establece en su nuevo *Art. 63°* que la evaluación de la actividad de los docentes consistirá en un concurso de reválida en el que sólo se presenta el docente a ser evaluado ante una Comisión Evaluadora y que dicho concurso consiste en un coloquio y en la evaluación de los antecedentes e instrumentos correspondientes al período que se evalúa.

Que la R.R. 1413/05 aprueba en su *Art. 1°* nuevos instrumentos de evaluación de la función docente, de acuerdo con lo dispuesto por la Ordenanza de Consejo Superior N° 493/05 entre los cuales se incluye el modelo del Instrumento A Plan de Trabajo del Equipo Docente.

Que el actual Régimen Académico (aprobado por O.C.A. N° 1560/11 dispone respecto del tema, en su *Art. 20°*, que el profesor a cargo de la asignatura deberá presentar el Plan de Trabajo Docente para su aprobación al Área respectiva de acuerdo con la fecha que se fije por Calendario Académico y que el director de Área lo elevará al Consejo Académico con el informe correspondiente a efectos de su posterior consideración final para entrar en vigencia.

Que en el inciso 11 del citado artículo y norma se establece informar el rendimiento académico de los alumnos en el curso inmediato anterior, especificando cantidad de alumnos inscriptos, aprobados, habilitados, desaprobados y ausentes observándose variadas formas de exposición de dichos datos, por lo que se considera necesario establecer un formato de presentación único que facilite la ponderación de los mismos

Que de lo expuesto precedentemente surge la necesidad de requerir la presentación de los Planes de Trabajo Docente contemplando lo estipulado por las normas enunciadas precedentemente.

Lo recomendado por la Comisión de Enseñanza, fs. 15.

Lo resuelto por el Consejo Académico en reunión de fecha 10 de abril de 2013.

//..



Universidad Nacional de
Mar del Plata

//..

-2-

Las atribuciones conferidas por el artículo 105° del Estatuto vigente,

**EL CONSEJO ACADÉMICO DE LA FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ORDENA:**

ARTÍCULO 1°: La presentación del Plan de Trabajo Docente establecida en el *Art. 20* del Régimen Académico (O.C.A. N° 1560/11), deberá efectuarse de acuerdo al modelo establecido en la R.R. N° 1413/05 que se incluye como **Anexo II** de la presente Ordenanza.

ARTÍCULO 2°: A los efectos de informar los datos referidos al rendimiento académico establecido en el *inciso 11 del Art. 20* de la O.C.A. N° 1560/ 11 y a fin de obtener un análisis más real y eficiente, deberá glosarse al formato establecido en el artículo anterior el **Anexo I** que forma parte de la presente. La información consignada deberá referirse al momento de cierre de cursado sin incluir los alumnos aprobados mediante examen final. El rendimiento académico final, esto es, incluyendo los alumnos aprobados mediante examen final, lo determinará la Secretaría Académica concluido el último llamado y mediante el cotejo de los datos registrados en el Sistema de Alumnos SIU Guaraní.

ARTÍCULO 3°: El Honorable Consejo Académico podrá dejar constancia en el acto administrativo que apruebe el Plan de Trabajo Docente, recomendaciones y/o sanciones referidas a presentaciones fuera de término y de incumplimiento de las disposiciones vigentes. Las Áreas de Conocimiento glosarán, al efecto y en cada elevación del informe requerido, copia de las O.C.A. de aprobación de los dos (2) años previos al ciclo lectivo que se trate.

ARTÍCULO 4°: Como instrumento del proceso de reválida el correspondiente PTD deberá acompañarse con copia autenticada del acto administrativo que lo aprueba y habilita su vigencia.

ARTÍCULO 5°: En caso de devolución del PTD al Área por parte del HCA, como consecuencia de errores en su presentación, el plazo para efectuar la devolución del mismo por parte del docente responsable será de quince (15) días corridos a partir del despacho correspondiente o antes de la fecha estipulada para la primera actividad pedagógica evaluable, lo que fuere anterior.

//..



Universidad Nacional de
Mar del Plata

//..

-3-

ARTÍCULO 6°: Las Áreas de Conocimiento elevarán al HCA antes del vencimiento establecido por Calendario Académico para cada cuatrimestre, el listado de los Planes de Trabajo Docente no presentados en el cuatrimestre anterior, adjuntando a los mismos, constancia de las gestiones efectuadas ante los responsables de las asignaturas.

ARTÍCULO 7°: En caso de no presentación del PTD por parte del docente a cargo, el Área correspondiente deberá elevar el último aprobado con las modificaciones pertinentes junto a un cronograma tentativo para el ciclo de aplicación.

ARTÍCULO 8°: La actualización mínima del Plan de Trabajo Docente deberá ser cada dos (2) años según lo establecido en el *Art. 21* de la O.C.A. N° 1560/11, renovando de esta manera el contrato pedagógico. No obstante lo dispuesto en el párrafo anterior deberá elevarse anualmente el pertinente cronograma y el rendimiento académico establecido en el *Art. 2°* de la presente.

ARTÍCULO 9°: Las disposiciones de la presente Ordenanza comenzarán a regir a partir del segundo cuatrimestre del presente ciclo lectivo.

ARTÍCULO 10°: Inscríbase en el Registro de Ordenanzas de esta Facultad. Elévese. Comuníquese a quienes corresponda. Dése al Boletín Oficial de esta Universidad. Cumplido, archívese.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADÉMICO N° 038/13

Rendimiento académico (Art. 20 punto 11) OCA 1560/11) correspondiente a:

Asignatura: COMERCIALIZACION APLICADA

.....
Ciclo Académico: 2013.....

Conceptos	Método A (sin descontar ausentes)		Método B (descontando ausentes)	
	Valores Absolutos	Porcentual	Valores Absolutos	Porcentual
Total Inscriptos	43	100%		
Ausentes	2	4.65 %		
Subtotal sin ausentes			41	100%
Promocionados	30	69.77 %	30	73.17 %
Pendientes de Examen Final	2	4.65 %	2	4.88 %
Desaprobados	3	6.98 %	3	7.32 %
Pendientes de Examen Habilitante	6	13.95 %	6	14.63 %

Firma del responsable de la asignatura



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

AÑO: 2014

1- Datos de la asignatura

Nombre | COMERCIALIZACION APLICADA

Código | 433

Tipo (Marque con una X)

Obligatoria	<input checked="" type="checkbox"/>
Optativa	<input type="checkbox"/>

Nivel (Marque con una X)

Grado	<input type="checkbox"/>
Post-Grado	<input type="checkbox"/>

Área curricular a la que pertenece | ADMINISTRACION

Departamento | ADMINISTRACION

Carrera/s | LICENCIATURA EN TURISMO

Ciclo o año de ubicación en la carrera/s
PROFESIONAL, CUARTO AÑO, PRIMER
CUATRIMESTRE

Carga horaria asignada en el Plan de Estudios:

Total | 56



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

Semanal | 4

Distribución de la carga horaria (semanal) presencial de los alumnos:

Teóricas	Prácticas	Teórico - prácticas
3		1

Relación docente - alumnos:

Cantidad estimada de alumnos inscriptos	Cantidad de docentes		Cantidad de comisiones		
	Profesores	Auxiliares	Teóricas	Prácticas	Teórico-Prácticas
50	1				1

2- **Composición del equipo docente** (Ver instructivo):

N°	Nombre y Apellido	Título/s
1.	LIC. ANA ISABEL ARIGOSI	LICENCIADA EN TURISMO
2.		
3.		
4.		
5.		
6.		
7.		
8.	



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

N°	Cargo								Dedicación			Carácter			Cantidad de horas semanales dedicadas a: (*)				
	T	As	Adj	JTP	A1	A2	Ad	Bec	E	P	S	Reg.	Int.	Otros	Docencia		Investig.	Ext.	Gest.
															Frente a alumnos	Totales			
1.			X							X	X								
2.																			
3.																			
4.																			
5.																			
6.																			
7.																			
8.																			

(*) la suma de las horas Totale + Investig. + Ext. + Gest. no puede superar la asignación horaria del cargo docente.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

3- Plan de trabajo del equipo docente

Los propósitos de formación establecidos en el Plan de Estudios son los siguientes:

- desarrollo de una sólida ética universitaria.
- generación de un sentido de solidaridad y compromiso con la Universidad.
- adopción de una fuerte responsabilidad comunitaria para con la sociedad que con su esfuerzo posibilita sus estudios.
- fomentar una actitud reflexiva y de crítica racional.

Los objetivos de la asignatura son los especificados por el Plan de Estudios vigente para la carrera de Licenciatura en Turismo:

“Conocer la teoría del marketing turístico. Conocer y utilizar las técnicas de análisis y preparación de producto, investigación de mercados e impulsión para su aplicación en programas de comercialización a nivel público y privado. Comprender y definir el concepto de Marketing estratégico como un proceso decisorio ligado a las características simbólicas del consumo, asumiendo a éste como un proceso eminentemente psicológico y lingüístico.”

El mundo está cambiando a un ritmo vertiginoso, la formación de nuestros alumnos y su talento los llevará a ser los nuevos líderes. Viven en una momento de cambios de reglas en los negocios y en el managment. El papel de animador de los docentes hace que los acompañemos a que se cuestionen e interroguen a sí mismos como ejercicio de reflexión para convertirse en mejores individuos.

A través de los ciclos lectivos hemos observado que el cursado de esta asignatura, fundamental para la carrera Licenciatura en Turismo, actúa como transformadora de la actitud estudiantil, característica de los primeros años de la carrera, en una actitud auténticamente profesional. La cátedra motiva a los alumnos a abordar lecturas de libros y artículos de actualidad con referencia a la comercialización . La lectura reflexiva llevada a cabo durante el cuatrimestre de dictado de la materia permite a los estudiantes adquirir precisión en la utilización del vocabulario técnico de la disciplina. La transformación del pensamiento se verifica en la casi totalidad de los alumnos, prueba de ello es la visión global que



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

poseen de la empresa turística al finalizar el cursado. Como así también la comprensión de la realidad del macromarketing, nacional, internacional e integrado.

2. Enunciación de la totalidad de los contenidos a desarrollar en la asignatura.
Programa Sintético

UNIDAD I LA COMERCIALIZACION DE SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD II. MARKETING ESTRATEGICO

UNIDAD III. MARKETING OPERATIVO-MIX COMERCIAL: PRODUCTO/SERVICIO TURÍSTICO

UNIDAD IV. MARKETING OPERATIVO-MIX COMERCIAL: PRECIO/TARIFA

UNIDAD V. MARKETING OPERATIVO-MIX COMERCIAL: LOGÍSTICA Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

UNIDAD VI. MARKETING OPERATIVO-MIX COMERCIAL: IMPULSIÓN/COMUNICACIÓN

UNIDAD VII. LA DEMANDA: EL USUARIO-CLIENTE DE SERVICIOS TURÍSTICOS

UNIDAD VIII. SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

UNIDAD IX. PLAN DE MARKETING



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

Programa analítico

UNIDAD I LA COMERCIALIZACION DE SERVICIOS TURÍSTICOS

- El imperativo del sector servicios: la competencia que plantea la economía de servicios.
- La naturaleza y la calidad de los servicios.
- Variables del contexto. Variables de decisión empresarial.
- Marketing mix, macromarketing y micromarketing. Marketing integrado.

UNIDAD II. MARKETING ESTRATEGICO

- Las variables estratégicas del marketing.
- Posicionamiento.
- Mercados - Segmentación.
- Priorizar (selección de mercados meta)
- Partnership (relacionamiento con clientes).



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

UNIDAD III. MARKETING OPERATIVO-MIX DE MARKETING: PRODUCTO/SERVICIO TURÍSTICO

- La gestión del servicio como un producto
- Producto/servicio: definición y clasificación. Concepto, características y componentes del producto turístico.
- Gestión de los momentos de la verdad: integración de los procesos de producción y consumo del servicio.
- Ciclo de vida del producto. Ciclo del servicio.

UNIDAD IV. MARKETING OPERATIVO-MIX DE MARKETING: PRECIO/TARIFA

- Definición, composición, tipos y costos.
- Métodos de fijación de precios.
- Elementos que intervienen en la formación del precio del producto turístico. La estacionalidad.
- Los costos en la calidad.

UNIDAD V. MARKETING OPERATIVO-MIX DE MARKETING: LOGÍSTICA Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- Particularidades de la distribución de los servicios turísticos.
- Estrategias y criterios de distribución. Decisiones sobre la elección del canal.
- Influencia de las tecnologías de información y los canales de distribución.
- Fuerza de ventas: organización y administración.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

UNIDAD VI. MARKETING OPERATIVO-MIX DE MARKETING: IMPULSIÓN/COMUNICACIÓN

- Gestión de la comunicación de marketing y de la imagen.
- Diseños de programas de publicidad (de producto, de empresa, de destino).
- Diseño de programas de marketing directo e interactivo.
- Promoción de ventas: fam tours, ferias, workshops.
- Relaciones Públicas. Identidad corporativa.

UNIDAD VII. LA DEMANDA : EL USUARIO- CLIENTE DE SERVICIOS TURÍSTICOS

- Mercado de consumidores turísticos: potencial, real, características.
- Análisis y segmentación. Grupos sociológicos.
- Tipos de decisión de compra: impulsiva, utilidad, emocional.
- Modelo de comportamiento del consumidor: proceso de decisión.

UNIDAD VIII. SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- Concepto y componentes de un sistema de información de marketing.
- Conceptualización y tipos de investigación de mercados.
- El método científico. Métodos básicos de investigación de mercados.
- El procedimiento de la investigación de mercados.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

UNIDAD IX. PLAN DE MARKETING

- Plan de marketing. Propósito de un plan de marketing.
- Etapas de la planificación: Análisis, diagnóstico, objetivos.
- Etapas de la planificación: Políticas, estrategias y tácticas.
- Etapas de la planificación: Plan de maniobra.
- Etapas de la planificación: Presupuesto, plan de acción, control permanente.

3. Bibliografía (básica y complementaria).

KOTLER PHILIP, BOWEN JOHN y MAKENS JAMES, Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Primera edición. Prentice – Hall Hispanoamericana S.A., México, 1998

KOTLER PHILIP, Dirección de mercadotecnia. Análisis, planeación, implementación y control. Ediciones 7ma.u 8va. Prentice-Hall Hispanoamericana, S.A.

GRÖNROOS CHRISTIAN Marketing y gestión de servicios Edición Díaz de Santos , Madrid 1994

GAZZERA M.A.; LOMBARDO L.; VOGEL M.; QUADRINI F.; MOLINA M.; MARENZANA G.; FALQUEMBERG C. Las Empresas Turísticas y su Administración. Educo. Universidad Nacional del Comahue. Mayo 2010

TAMAGNI Lucía; ESPINOSA Carlos y ZANFARDINI Marina, INTRODUCCION A LA GESTION DE MARKETING PARA EMPRESAS TURISTICAS. Educo. Universidad Nacional del Comahue. Setiembre 2010.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

UNIDAD I LA COMERCIALIZACION DE SERVICIOS TURÍSTICOS

HAMM WILHELM, Introducción al marketing en aviación comercial. Ediciones Macchi, Colombia, 1994

MERLO LUCIANO. Introducción al estudio del marketing turístico. Libera Università della Tuscia de Viterbo. Editorial Agnesotti, Roma, 1978

UNIDAD II. MARKETING ESTRATEGICO

ACKOFF RUSSELL, Un concepto de planificación de empresa. Editorial Limusa

LILIEN, GARY L. & KOTLER, PHILLIP Toma de decisiones en Mercadotecnia. Editorial Continental, México, 1990.

LEVY, ALBERTO Y WILENSKY ALBERTO, Como hacen los que hacen. Editorial Tesis, Buenos Aires, 1989.

UNIDAD III. MARKETING OPERATIVO-MIX COMERCIAL: PRODUCTO/SERVICIO TURÍSTICO

SANZ DE SANTAMARIA. La realización y operación del producto turístico. Curso de Diseño y mejora de planta turística. O.E.A. CICATUR. 1980.

VALLS JOSEPH La imagen de marca de los países. Mc Graw Hill, 1992

UNIDAD IV. MARKETING OPERATIVO-MIX COMERCIAL: PRECIO/TARIFA

OXENFELDT ALFRED El precio como decisión gerencial. Editorial Ateneo.

UNIDAD V. MARKETING OPERATIVO-MIX COMERCIAL: LOGÍSTICA Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

LEVY ALBERTO Logística de comercialización. Editorial Macchi

GIL FACUNDO, PODESTA JOSE Marketing Nuevos Caminos. Ediciones Gárgola, Buenos Aires, 2011

UNIDAD VI. MARKETING OPERATIVO-MIX COMERCIAL: IMPULSIÓN/COMUNICACIÓN



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

ZUCCHERINO SANTIAGO, ASCHER MARIO y otros Marketing Nuevos Caminos. Ediciones Gárgola, Buenos Aires 2011
BONNIN JORGE Comunicación. Estrategias Técnicas y tácticas en el Mercado. Editorial Macchi 1993
ALET JOSEP “Marketing directo e interactivo. Campañas efectivas con sus clientes”. Editorial ESIC

UNIDAD VII. LA DEMANDA: EL USUARIO-CLIENTE DE SERVICIOS TURÍSTICOS
COHEN, WILLIAM A. Cómo ser un consultor exitoso. Grupo Editorial Norma. Colombia 2003
AGÚERO, JUAN OMAR Política y Gestión del Turismo Editorial Dunken, Agosto 2009

UNIDAD VIII. SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
BOYD HARPER W. Y WESTFALL RALPH Investigación de mercados, texto y casos. 1ra. edición en español. México.
AAKER DAVID A. & DAY GEORGE S. Investigación de Mercado. 3era. edición México Editorial Mc Graw Hill, 1988

UNIDAD IX. PLAN DE MARKETING
PARENTEAU, ALAIN, Marketing Práctico del Turismo en Hostelería, Restauración, Turismo Comercial e Institucional. Tercera edición.
Editorial Síntesis s.a. 1995
AGÚERO, JUAN OMAR Política y Gestión del Turismo Editorial Dunken, Agosto 2009
MERLO, MARIANO, Marketing Nuevos Caminos, Ediciones Gárgola, Buenos Aires 2011

Se indicarán artículos de la colección de Revistas Gestión y Wobe.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

4. Descripción de Actividades de aprendizaje.

Se dictarán clases teóricas y prácticas, con desarrollo por parte de los docentes de los contenidos programáticos más significativos para el abordaje, para la comprensión y para la integración de la asignatura por parte de los estudiantes.

La cátedra adhiere a la concepción constructiva del aprendizaje, donde concurren factores como: conocimientos previos del alumno, el estudiante como responsable de su propia construcción cognitiva, el docente con el sustento científico y experiencia pedagógica como coordinador y animador del proceso. Buscamos un alumno participativamente activo y comprometido con el proceso de enseñanza aprendizaje.

Nuestra asignatura es del grupo dos y se encuentra en el ciclo profesional.

Se aplicarán técnicas pedagógicas que respondan a la estimulación del estudiante que buscamos y promuevan:

1. La lectura por parte de los estudiantes de las propuestas para cada encuentro
2. La integración de temas y su transferencia
3. Análisis de la realidad local y aprendizaje basado en problemas
4. El desarrollo de su responsabilidad como partícipe en la construcción y cambios en la sociedad
5. El compromiso por su propio aprendizaje y la participación activa en el grupo

Los docentes harán el seguimiento de la actividad pedagógica propuesta para promocionar la asignatura.

La actividad pedagógica consistirá en la redacción de un Plan de Marketing en equipos de tres (3) alumnos.

Para lograr que los estudiantes logren alcanzar los objetivos de la actividad habrá cuatro (4) instancias de seguimiento, que corresponden a las cuatro etapas del trabajo. En esas oportunidades será requerida la presentación por escrito de las etapas del Plan de Marketing. Durante la clases prácticas, en una puesta en común, se irán monitoreando los avances de los trabajos.

Consultas previas a evaluaciones: se harán en las clases anteriores a todas las instancias evaluadoras. .



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

5. Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones.

10 de marzo LA COMERCIALIZACION DE SERVICIOS TURISTICOS

El imperativo del sector servicios: la competencia que plantea la economía de servicios.

La naturaleza y la calidad de los servicios.

12 de marzo Variables del contexto. Variables de decisión empresarial.

Marketing mix, macromarketing y micromarketing. Marketing integrado.

19 de marzo MARKETING ESTRATEGICO

Las variables estratégicas del marketing.

Posicionamiento.

Mercados – Segmentación

26 de marzo Priorizar (selección de mercados meta)

Partnership (relaonamiento con clientes)

9 de abril MARKETING OPERATIVO-MIX DE MARKETING: PRODUCTO/SERVICIO TURISTICO

La gestión del servicio como un producto

Producto / servicio: definición y clasificación. Concepto, características y componentes del producto turístico.

16 de abril Gestión de los momentos de la verdad: integración de los procesos de producción y consumo del servicio.

Ciclo de vida del producto. Ciclo del servicio.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

23 de abril **MARKETING OPERATIVO – MIX DE MARKETING: PRECIO / TARIFA**

Definición, composición, tipos y costos.

Métodos de fijación de precios.

Elementos que intervienen en la formación del precio del producto turístico. La estacionalidad.

Los costos en la calidad.

30 de abril **MARKETING OPERATIVO – MIX DE MARKETING: LOGISTICA Y CANALES DE DISTRIBUCION**

Particularidades de la distribución de los servicios turísticos.

Estrategias y criterios de distribución. Decisiones sobre la elección del canal.

Influencia de las tecnologías de información y los canales de distribución.

Fuerza de ventas: organización y administración.

5 de mayo **PRIMER PARCIAL**

7 de mayo **MARKETING OPERATIVO – MIX DE MARKETING: IMPULSION/COMUNICACIÓN**

Gestión de la comunicación de marketing y de la imagen.

Diseños de programas de publicidad (de producto, de empresa, de destino)

14 de mayo **Diseño de programas de marketing directo e interactivo.**

Promoción de ventas: fam tours, ferias, workshops

Relaciones Públicas. Identidad corporativa.

21 de mayo **LA DEMANDA: EL USUARIO-CLIENTE DE SERVICIOS TURISTICOS**



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

Mercado de consumidores turísticos: potencial, real, características.
Análisis y segmentación. Grupos sociológicos.
Tipos de decisión de compra: impulsiva, utilidad, emocional.
Modelo de comportamiento del consumidor: proceso de decisión

26 de mayo RECUPERATORIO DEL PRIMER PARCIAL

28 de mayo SISTEMAS DE INFORMACION DE MARKETING E INVESTIGACION DE MERCADOS
Concepto y componentes de un sistema de información de marketing.
Conceptualización y tipos de investigación de mercados.
El método científico. Métodos básicos de investigación de mercados.
El procedimiento de la investigación de mercados.

4 de junio PLAN DE MARKETING

Propósito de un plan de marketing
Etapas de la planificación: Análisis, diagnóstico, objetivos.
Etapas de la planificación: Políticas, estrategias y tácticas.

11 de junio Etapas de la planificación: Plan de maniobra
Etapas de la planificación: Presupuesto, plan de acción, control permanente.

16 de junio SEGUNDO PARCIAL

18 de junio Actividad pedagógica Plan de Marketing



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

25 de junio Actividad pedagógica Plan de Marketing

2 de julio Actividad pedagógica Plan de Marketing

7 de julio RECUPERATORIO DEL SEGUNDO PARCIAL

Cabe mencionar que la profesora adjunta es la única docente de la asignatura.

De acuerdo a esa limitación se detallan en el cronograma las clases teóricas que abarcan todo el programa, con dictado los días miércoles.

Estarán cubiertos por la profesora los siguientes lunes: primer día de clase, con presentación de la asignatura y dictado de clase. Asimismo los lunes que corresponden a las dos evaluaciones parciales y sus dos recuperatorios.

Se solicita el nombramiento de un docente que pueda hacerse cargo de las clases prácticas.

Las mismas comenzarán en cuanto el nuevo docente sea nombrado.

La actividad pedagógica se completará después del segundo parcial, a efectos que la profesora adjunta pueda dedicarle las clases completas a la parte práctica.

El tema será la redacción de un Plan de Marketing, como la teoría de esa temática figura en la última unidad del programa, se trabajará durante el cuatrimestre comenzando el proyecto de una empresa que diseñarán, tema por tema, o sea variable por variable, a medida que se desarrolle la teoría. Se completará el trabajo ensamblando las partes durante junio y julio.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

6. Procesos de intervención pedagógica.

<i>Modalidades</i>	
1. Clase magistral	X
2. Sesiones de discusión	X
3. Seminarios	
4. Trabajo de laboratorio/taller	X
5. Taller - Grupo operativo	X
6. Trabajo de campo	X
7 Pasantías	
8. Trabajo de investigación	
9. Estudio de casos	
10. Sesiones de aprendizaje individual - grupal	X
11. Tutorías	
12. Otras	



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

7. Evaluación

En los fundamentos del régimen académico encontraremos ideas básicas sobre la posibilidad de recrear el contrato pedagógico, propiciando el respeto y la legitimidad del conocimiento impartido. Concebir a la evaluación como un proceso continuo de obtener información respecto a lo aprendido. Permitir el intercambio de experiencias e ideas en un espacio de reflexión compartido. Este entorno académico favorecerá la cooperación y permitirá a los estudiantes conocer la naturaleza y problemática de la comercialización aplicada a nivel público y privado. Se capacitarán para encarar procesos de planificación con análisis contextual y empleo de material estratégico.

a) Requisitos de aprobación

Se aplicará la OCA N° 1560-11. Según el capítulo IV Del Régimen de Evaluación.

En esta asignatura se tomarán dos parciales teórico prácticos escritos individuales.

El primero incluirá las unidades I, II, III, IV y V

El segundo incluirá las unidades VI, VII, VIII y IX

El segundo parcial será con temarios acumulativos. La evaluación no profundizará los temas de las unidades I a V, pero como evaluaremos la unidad IX Plan de Marketing, el estudiante deberá conocer todo el programa de la asignatura para aprobar el segundo parcial.

Cada uno de estos parciales tendrá una única prueba recuperatoria. Los temas a evaluar en los recuperatorios serán idénticos a los evaluados en cada uno de los parciales. La nota obtenida en el examen recuperatorio reemplazará a la nota del parcial correspondiente.

La nota final de cursada surgirá de promediar las calificaciones de los dos parciales o sus respectivos recuperatorios. El alumno que obtenga un promedio de de 6 o superior al mismo y apruebe la actividad pedagógica, promocionará la asignatura.

El alumno que haya aprobado una sola evaluación parcial tendrá derecho al examen habilitante El mismo se tomará en la primera fecha de examen final y abarcará los temas evaluados en el examen parcial desaprobado o su respectivo recuperatorio.

El alumno que apruebe el examen habilitante tendrá derecho a rendir examen final. Asimismo tendrá este mismo derecho el estudiante que apruebe las dos pruebas parciales, pero no reúna los requisitos exigidos para promocionar la asignatura. El examen final para los estudiantes más arriba detallados se desarrollará de la siguiente manera: El examen final de cursado será oral. El estudiante tendrá la posibilidad de



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

preparar un tema para exponer, en el mismo se recomendará relacionar contenidos teóricos de distintas unidades y también aplicarlos a la comercialización turística. Luego se le formularán preguntas del programa vigente de la asignatura, a elección de los docentes integrantes de la mesa examinadora.

Los estudiantes que opten por la modalidad libre deberán rendir examen final oral y escrito. Deberán aprobar el examen escrito con cuatro (4) para acceder a exponer ante el tribunal el tema elegido para la prueba. El examen escrito contará con tres (3) preguntas fundamentales de la asignatura y será corregido en la mesa examinadora.

Esta cátedra no presenta un plan especial para estudiantes recursantes. Consideramos que quien no ha cumplido con los requisitos mínimos para aprobar o habilitar la asignatura se verá más apoyado por los docentes si cursa nuevamente, se incorpora al nuevo grupo de estudiantes y participa del trabajo de aplicación del ciclo siguiente. El mencionado alumno tiene siempre la posibilidad de presentarse como libre si opta por esa posibilidad.

b) Criterios de evaluación

La cátedra considera de interés la originalidad en la aplicación de las técnicas de la asignatura.

En las pruebas pide exactitud, adecuación e integración de conocimientos bibliográficos y temas de clase.

Se valora la adecuada utilización del vocabulario técnico.

c) Descripciones de situaciones de pruebas

A lo detallado más arriba agregaremos que las instancias de prueba escrita están constituidas por preguntas para respuesta abierta.

8.- Asignación y distribución de tareas de cada uno de los integrantes del equipo docente

Lic. Ana Isabel Arigossi – Profesora Adjunta

Armado del Plan de Trabajo Docente 2014



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

Determinación del programa de la asignatura
Asignación de la bibliografía
Dictado teórico de todo el programa
Armado del dictado práctico de la asignatura.
Revisión, control y corrección de las actividades pedagógicas.
Redacción y corrección de las pruebas parciales.
Diseño y dirección de las pruebas finales.
Corrección de las pruebas finales.
Armado y seguimiento administrativo de los datos, fichas y evaluaciones de los estudiantes.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

INSTRUCTIVO

Observaciones:

1. Esta planilla se debe completar por asignatura.
2. Todos los docentes que integren la cátedra deberán notificarse de lo enunciado en esta Planilla.
3. La información consignada será certificada por las autoridades correspondientes.

2- Composición del equipo docente:

En la Planilla I se deberá completar para cada integrante de la cátedra los siguientes datos:

- **Apellido y Nombre**
- **Los títulos de grado y post-grado**
- **Marcar con una X el cargo correspondiente:**
 - T (Titular)-
 - As (Asociado)
 - Adj (Adjunto)
 - JTP (Jefe de Trabajos Prácticos)
 - A1 (Ayudante de primera)
 - A2 (Ayudante de segunda)
 - Ads (Adscripto a la docencia)
 - Bec (Becario)



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

- **Marcar con una X la dedicación correspondiente:**
 - E (Exclusiva)
 - P (Parcial)
 - S (Simple)
- **Marcar con una X el carácter de su designación:**
 - Reg (Regular)
 - Int (Interino)
 - Otros: Especificar si es: Libre/ Contratado/ Por convenio o alguna otra modalidad
- **Cantidad de horas semanales^(*):**
 - Docencia: Frente a alumnos**
(Consignar las horas presenciales con los alumnos, considerando: toma de exámenes, clases de consulta, entrevistas, otras modalidades).
 - Totales**
(Consignar, en promedio semanal, las horas dedicadas a las actividades docentes de la asignatura, tales como: preparación de clases, materiales, prácticos, otras modalidades)
 - Invest.(Investigación)/ Ext.(Extensión) y/o Gest.(Gestión).**
(Consignar, en promedio semanal, las horas dedicadas a las mencionadas actividades, a lo largo del dictado de la asignatura).

(*) Se respetarán los reglamentos internos de cada Unidad Académica que establezcan normativas en estos temas.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADÉMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

3- Plan de trabajo del equipo docente

1.-Objetivos del curso: *Deberán ser formulados en función de los propósitos de formación del plan de estudios, área curricular y/o de los sectores de formación privilegiados en el curso. Una vez finalizado el curso, los alumnos deben evidenciar niveles de logro aceptables en cada uno de ellos.*

4.- Descripción de Actividades de aprendizaje: *Se denomina al conjunto de tareas que deben realizar los alumnos, seleccionadas y diseñadas didácticamente, cuya resolución implica la utilización de saberes y habilidades. A continuación se enuncian algunos de los tipos de actividades posibles:*

- * resolución de problemas, por ejemplo: precisar las consecuencias posibles que podrán derivarse de asumirse distintos tipos de decisiones; predecir lo que acontecerá en una situación dada si se modifican determinados factores que la definan.
- * elaboración de ensayos, monografías, proyectos, por ejemplo: preparar informes técnicos de rigor; elaborar síntesis sobre diversas líneas de pensamiento en relación con algún asunto controvertido y formular los propios puntos de vista debidamente fundamentados; efectuar análisis críticos fundados a partir del conocimiento de resultados obtenidos en investigaciones realizadas sobre un mismo problema.
- * tareas de investigación, por ejemplo: aplicar metodologías y procedimientos de investigación adecuados a las características del objeto de análisis y a lo que se procura descubrir; formular hipótesis para explicar hechos, fenómenos y proponer la metodología de la investigación más pertinente para su comprobación .
- * resolución de guías de estudio, por ejemplo: verificar inconsistencias, limitaciones en los argumentos sostenidos por algún autor, y plantear puntos de vista alternativos, descifrar el significado de diversas formas de información presentadas en gráficos, tablas, cuadros, etc. para expresar tendencias, relaciones, etc.
- * *otros*



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADÉMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

6.- Procesos de intervención pedagógica: *Se denomina al desarrollo de modos de acción docente que faciliten el proceso de aprendizaje. A continuación se enuncian las modalidades más utilizadas:*

1. Clase magistral: *Conjunto de sesiones organizadas centralmente por el docente para el desarrollo de temáticas insuficientemente tratadas en la bibliografía, ó de un alto nivel de complejidad ó que requieren un tratamiento interdisciplinario. Su objetivo es que los alumnos adquieran información difícil de localizar, establecer relaciones de alta complejidad, etc.*

2.- Sesiones de discusión (pequeños grupos 12-15): *para profundizar o considerar alguna temática cuyo contenido sea controvertible; ó para facilitar el intercambio de puntos de vista; ó para facilitar una mejor comprensión del contenido y alcance de ciertas problemáticas claves.*

3.- Seminarios: (grupos entre 15-20) *sesiones organizadas para el tratamiento grupal en profundidad de una problemática o temática relevante para la formación del alumno, sea por su nivel de complejidad o por el pluralismo de ópticas de abordaje cuyo aporte orientará algún tipo o tipos de alternativas de solución.*

4.- Trabajo de laboratorio/taller: *Encuentros organizados por el docente para posibilitar a los alumnos la manipulación de materiales, elementos, aparatos, instrumentos, equipos, comprobación de hipótesis, observación de comportamientos específicos, para obtener e interpretar datos desde perspectivas teóricas y/o generación de nuevos procedimientos.*

5.- Taller - Grupo operativo: *Encuentros organizados por el docente en torno a una doble tarea, de aprendizaje y de resolución de problemas para que los alumnos en la conjunción teoría-práctica aborden su solución.*

6.- Trabajo de campo: *conjunto de horas destinadas a actividades a efectuarse en ámbitos específicos de la realidad, a fin de obtener información acerca de cuestiones de interés; vivenciar determinadas situaciones creadas al efecto; operar saberes aprendidos, lo que posibilitará al alumno entender mejor cómo acceder a una realidad dada desde perspectivas diversas y captar el ejercicio de las funciones que se desempeñarán al obtener el título.*

7.- Pasantías: *Conjunto de horas destinadas a posibilitar el acceso a determinados escenarios reales, para poner en práctica competencias que se requerirán para actuar idóneamente en el campo profesional, posibilitando al alumno disponer de mayores elementos de juicio sobre las características de su elección universitaria.*



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

- 8.- **Trabajo de investigación:** Conjunto de horas diagramadas a fin de proveer oportunidades para familiarizarse con los modos operativos de explorar una realidad dada; comprobar hipótesis; idear originales formas de abordar algún problema.
- 9.- **Estudio de casos:** Conjunto de sesiones organizadas en torno a situaciones especialmente seleccionadas de la realidad para facilitar la comprensión, de cómo transferir la información y las competencias aprendidas y/o facilitar a los alumnos vivenciar situaciones similares a las que podrían obtenerse en situaciones reales, a fin de brindarle posibilidades concretas de integrar teoría y práctica y capacidad de interpretación y de actuación ante circunstancias diversas.
- 10.- **Sesiones de aprendizaje individual - grupal:** para posibilitar la resolución de ejercicios, teniendo acceso a materiales complementarios de estudio, asesoramiento sobre lo que fuere requerido según necesidades de los estudiantes y orientación metodológica de auto y co - aprendizaje, en las horas asignadas a tal efecto.
11. **Tutorías:** encuentros de asesoramiento y orientación en torno a una situación de aprendizaje ó en aquellas instituciones que lo prevén en la conformación de itinerarios curriculares según las necesidades e intereses demandadas por el alumno.
- 12.- Otras
- 7.- **Evaluación:** Enunciar los requisitos(a), criterios(b) y tipos(c) de evaluación a utilizar.
- a.- **Requisitos de aprobación:** descripción de las condiciones exigidas (promocional, con examen final, presentación de proyectos, etc.) congruentes con los criterios acordados.
- b.- **Criterios de evaluación:** representan aspectos de lo actuado por los estudiantes que se juzguen de interés considerar, por ejemplo la originalidad, la exactitud, la suficiencia, la adecuación, la relevancia, etc.
- c.- **Descripción de las situaciones de pruebas a utilizar para la evaluación continua y final.** La situación de prueba es un conjunto específico de tareas que integran teoría y práctica y para cuya resolución se requiere un adecuado manejo e integración de saberes. Las situaciones de prueba pueden ser: de respuesta múltiple, de respuesta abierta, cuestionarios, resolución de situaciones problemáticas reales y/o simuladas, otras.



Universidad Nacional de
Mar del Plata

ANEXO I
ORDENANZA DE CONSEJO ACADEMICO N° 038/13



UNIVERSIDAD NACIONAL
DE MAR DEL PLATA

INSTRUMENTO A
PLAN DE TRABAJO

8.- Asignación y distribución de tareas de cada uno de los integrantes del equipo docente: *Se enunciarán las actividades que deberán cumplir los docentes. Incluir, si correspondiera, actividades de formación de recursos humanos tales como: coordinador y/o responsable de cursos, seminarios, talleres de formación del equipo docente (área o inter-área).*