

RESOLUCIÓN
DIGITAL

MENDOZA, 8 de marzo de 2022

VISTO:

El Expediente Electrónico E-CUY: 4245/2022, en el cual se gestiona la convocatoria a concurso especial motivado por razones extraordinarias originadas por la pandemia COVID-19 "CEREP.Cov" para docentes interinos, a fin de proveer un cargo efectivo de PROFESOR TITULAR CON DEDICACIÓN SIMPLE para el Espacio Curricular "Comercialización" de la carrera de Licenciatura en Turismo; atento a la propuesta formulada al respecto por Secretaría Académica, a la certificación de la vacante respectiva, a las disposiciones contenidas en la Res. n° 265/2020-C.S, en la Circ. n° 5/2021-R., en la Ord. n° 07/2021-C.D, en la Res. n° 323/2020-R., y a lo aprobado por este Cuerpo en su sesión del TRES (3) de marzo de 2022,

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
RESUELVE:**

ARTÍCULO 1°.- Convocar, a partir del QUINCE (15) y hasta el VEINTIUNO (21) de marzo de 2022, (cinco días hábiles), a concurso especial motivado por razones extraordinarias originadas por la pandemia COVID-19 "CEREP.Cov" para docentes interinos, a fin de proveer un cargo efectivo de **PROFESOR TITULAR CON DEDICACIÓN SIMPLE** del Espacio Curricular "**Comercialización**" de la carrera de Licenciatura en Turismo; cuyo detalle se indica en el Anexo I, que con TRES (3) hojas forma parte de la presente disposición.

ARTÍCULO 2°.- Establecer el período de inscripción a partir del VEINTIDÓS (22) de marzo y hasta el CINCO (5) de abril de 2022 (diez días hábiles), de 8,30 a 14, en el cual los postulantes deberán enviar la documentación al correo concursos2021@ffyl.uncu.edu.ar

ARTÍCULO 3°.- Establecer que para el presente concurso los postulantes deberán regirse por el Reglamento para la sustanciación del "Concurso Especial, motivado por Razones Extraordinarias provocadas por la Pandemia del COVID 19 (CEREP.Cov)", dispuesto por Ordenanza N° 07/2021 C.D.

ARTÍCULO 4°.- La presente resolución que se emite en formato digital, será reproducida con el mismo número y firmada oportunamente por sus autoridades en soporte papel, cuando concluya la situación de emergencia y puedan reiniciarse con normalidad las actividades presenciales en la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional de Cuyo.

ARTÍCULO 5°.- Comuníquese e insértese en el libro de resoluciones.

RESOLUCIÓN N° 101/2022

R.G.

Firman la presente: Dr. Adolfo Omar Cueto – Decano, Prof. Mgtr. María Ana Verstraete – Secretaria Académica, Prof. Mgtr. Alejandro Darío Sanfilippo – Responsable Dirección General Administrativa.

ANEXO I

Cargo: Profesor Titular

Dedicación: Simple

Carácter: Efectivo

Funciones: Las establecidas en el Art. 47 del Estatuto Universitario

Formación: Poseer un título de Lic. en Comercialización. Lic. en Economía o título con incumbencia en los contenidos mínimos del espacio curricular. Acreditar competencias digitales en entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje.

Carrera: Licenciatura Turismo

Planes de Estudio: Licenciatura en Turismo, Ord. 10/15-CD. Ratificada por Ord. 87/15-CS.

Comercialización

Formato Curricular: Asignatura teórico aplicada.

Campo: Formación Específica

Área: Economía y Administración (AEyA)

Expectativas de Logro:

- a. Conocer de los principios básicos de comercialización necesarios para el desarrollo profesional en el sector turístico, tanto a nivel estratégico como operativo.
- b. Comprender y aplicar distintas técnicas de investigación de mercados, identificando sus ventajas y desventajas en cada situación particular.
- c. Identificar las múltiples ventajas que ofrece Internet como canal de promoción del negocio y como generador de oportunidades.
- d. Promover el pensamiento crítico frente a las oportunidades que brinda el uso de herramientas y estrategias de comercialización.es.

Res. nº 101/2022

-2-

- e. Estimular la creatividad en el desarrollo de productos turísticos.
- f. Desarrollar un criterio profesional a la hora de evaluar la comunicación empresaria, analizando el funcionamiento de cada componente y su influencia en el mercado.

Contenidos mínimos:

Concepto básico de Marketing, necesidades, deseos y demandas. Fundamentos del marketing turístico. Características del marketing de servicios. Elementos que lo componen. Gestión comercial: diagnóstico, organización y control. Planificación estratégica: Marketing estratégico aplicado al turismo. Análisis estratégico: Análisis Externo PEST, Análisis Interno Macroentorno y Microentorno, Construcción FODA. Marketing mix: Precio. Producto. Promoción. Canales de distribución: variables relevantes y métodos de análisis. Teoría de la comunicación. Técnicas de venta personal. Concepto de Marketing Digital; Ecosistema del Marketing Digital: Herramientas Generales, Estrategias: Redes Sociales, E- Mobile, Posicionamiento Web. Conceptos Generales; Social Media Marketing, Presencia Social. Community Manager, Estrategias del CM. Social Media Manager. Mercado Turístico. Técnicas de investigación de mercados: nociones de análisis cuantitativo, entrevistas, grupos focales y otros métodos cualitativos.

Res. n° 101/2022

-3-

Modelo de Comportamiento del Consumidor. Estímulos controlables y no controlables. Factores que influyen en el comportamiento. Culturales, sociales, personales y psicológicos. Proceso de decisión de compra. Mercado. Concepto de segmentación de mercados. Segmentación Tradicional. Ventaja competitiva y el Posicionamiento. Pasos para el posicionamiento. Segmentación y posicionamiento en Mercados Turísticos. Pronósticos de demanda y oferta. Desarrollo de nuevos productos. Proceso de creación. Análisis, pruebas e implementación. Estrategias de lanzamiento al mercado. Management. Plan de negocios.

Comisión Asesora:

TITULARES:

- Mgtr. Germán Eduardo HERRERA (FFyL – UNCUIYO)
- Lic. Elena Graciela LANDI (FFyL - UNCUIYO)
- Esp. Miriam Marcela AZCURRA (UNLAR – La Rioja)

SUPLENTE:

- Dr. Cristian Daniel von MATUSCHKA (FFyL - UNCUIYO)
- Lic. Lilia Gabriela CASANOVA (FFyL - UNCUIYO)
- Dra. Elizabeth Carmen PASTERIS (FCE – UNCUIYO)

RESOLUCIÓN N° 101/2022