



Salta, 15 ABR 2026

RESOLUCIÓN DECECO N°: 0174-26

EXPEDIENTE N°: 6896/23

VISTO: La Planificación Anual de la asignatura "Comercialización", de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013, que se dicta en la Extensión Áulica Cafayate, dependiente de esta Facultad, para el Período Lectivo 2026, presentada por la Profesora Mabel Anabel AGUILERA, responsable de la citada asignatura, y;

CONSIDERANDO:

Que la propuesta presentada cumple con las normativas vigentes de aplicación:

- Resolución N° 521/13 del Consejo Superior, que aprueba el Plan de Estudios 2013, de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, que se dicta en la Extensión Áulica Cafayate, dependiente de esta Facultad.
- Resolución CD-ECO N° 387/23 se establece la modalidad de presentación y aprobación de los contenidos programáticos y de las planificaciones de las diferentes cátedras que componen los planes de estudios dependientes de esta Unidad Académica.

Que a fs. 53 del expediente de referencia, obra Despacho N° 82/26 de la Comisión de Docencia, Investigación y Disciplina, donde aconseja la aprobación, para el Período Lectivo 2026, de la Planificación Anual, correspondiente a la asignatura "Comercialización", de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013.

Que el Art. 117, inc. 8 de la Resolución A. U. N° 01/23 –Estatuto de la Universidad Nacional de Salta establece como una atribución del Consejo Directivo la de aprobar programas analíticos y la reglamentación sobre régimen de regularidad y promoción.

Que mediante las Resoluciones N° 420/00 y 718/02, el Consejo Directivo de esta Unidad Académica, delega al señor Decano las atribuciones antes mencionadas.

POR ELLO: en uso de las atribuciones que le son propias,

LA DECANA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
JURÍDICAS Y SOCIALES

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- APROBAR la Planificación Anual de la asignatura "Comercialización", de la carrera Tecnicatura Universitaria en Gestión de Turismo, Plan de Estudios 2013, que se dicta en la Extensión Áulica Cafayate, dependiente de esta Facultad, para el Período Lectivo 2026, presentada por la Profesora Mabel Anabel AGUILERA, que obra como Anexo de la presente Resolución.

ARTÍCULO 2°.- HÁGASE SABER a la Profesora Mabel Anabel AGUILERA, a la Extensión Áulica Cafayate, a las Direcciones General Académica, de Alumnos y de Informática, para su toma de razón y demás efectos.

ahl/vvj

Cra. ROSALIA HAYDÉE JAIME
Secretaria de As. Académicos
Fac. Cs. Econ. Jur. y Soc. - U.N.sa.



Cra. MARIA ALEJANDRA NAVAS
VICEDECANA
Fac. Cs. Económicas, Jurídicas y Sociales - U.N.Sa.



ANEXO
PLANIFICACIÓN ANUAL

Asignatura:	COMERCIALIZACIÓN
Departamento docente: -	
Carrera(s):	TECNICATURA UNIVERSITARIA EN GESTIÓN DE TURISMO
Sede:	CAFAYATE
Período Lectivo:	2026
Plan de Estudios:	2013
Año de la carrera:	3º año
Cuatrimestre:	PRIMERO
Carga horaria total:	60 HS
Carga horaria semanal:	4 HS

EQUIPO DOCENTE:

Docente	Categoría	Dedicación	Correo Electrónico
AGUILERA M. ANABEL	ADJUNTO	SIMPLE TEMPORARIO	maguilera@eco.unsa.edu.ar
PAOLA C. MARTINIS TIPLISKY	JEFE DE TRABAJOS PRÁCTICOS	SIMPLE TEMPORARIO	pcmt582@hotmail.com

PROGRAMA DE TRABAJOS PRÁCTICOS

<p>Trabajo Práctico N° 1: "Introducción al Marketing Turístico y elección del caso de estudio"</p> <p>Contenidos: Marketing turístico - Marketing en las organizaciones y negocios - Terminología básica del marketing turístico - Plan de Marketing</p> <p>Objetivos específicos: <i>Que el estudiante,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Comprenda el rol del marketing en el turismo. • Analice conceptos del marketing aplicado a empresas de alojamiento turístico. • Identifique un segmento de mercado específico (en una etapa inicial). • Diferencie el marketing empresarial y el marketing de destino. • Defina una propuesta inicial de producto turístico. • Inicie el proceso de elaboración de un Plan de Marketing Turístico que elaborarán durante el cuatrimestre
<p>Trabajo Práctico N° 2: "El análisis interno"</p> <p>Contenidos: Fuentes de información. Análisis interno de la empresa o destino y sus variables de análisis. Detección o reconocimiento de las Fortalezas y Debilidad.</p> <p>Objetivos específicos: <i>Que el estudiante,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprenda a obtener la información necesaria, a partir de diversas fuentes, para poder realizar el análisis interno de la empresa y/o destino. • Identifique debilidades y fortalezas de una empresa o un destino • Comprenda y pueda explicar la situación actual de una empresa o un destino, tratando de responder <i>¿dónde estamos?</i>
<p>Trabajo Práctico N° 3: "El análisis externo"</p> <p>Contenidos: Análisis externo de la empresa: el microentorno y macroentorno. Variables de análisis. detección o reconocimiento de amenazas y oportunidades.</p> <p>Objetivos específicos: <i>Que el estudiante,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprenda a obtener la información necesaria para poder realizar el análisis del micro y macro entorno.





<ul style="list-style-type: none"> ● Identifique oportunidades y amenazas del entorno que rodea a una empresa o un destino. ● Realice un diagnóstico final y lo exprese en una matriz D.A.F.O. ● Comprenda la importancia del análisis en el proceso de planificación estratégica tanto para empresas como para destinos turísticos.
Trabajo Práctico N° 4 : "Objetivos del marketing estratégico"
<p>Contenidos: Definición de los objetivos del plan de marketing. Definición de las estrategias.</p> <p>Objetivos específicos: <i>Que el estudiante,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identifique y defina objetivos cuantitativos y cualitativos para un plan de marketing concreto. ● Desarrolle los objetivos de comercialización, en el marco del desarrollo de un plan de marketing concreto, y logre diferenciarlos de los objetivos empresariales (o de desarrollo) generales. ● Identifique y determine las estrategias para su plan de marketing.
Trabajo Práctico N° 5: "Segmentación, selección mercado objetivo y posicionamiento"
<p>Contenidos: Segmentación. Utilidad de la segmentación. Variables de segmentación. Selección del público objetivo. Posicionamiento</p> <p>Objetivos específicos: <i>Que el estudiante,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Comprenda cuales son las variables de segmentación en el análisis de mercado. ● Aplique de manera práctica las variables de segmentación, y logre seleccionar un mercado objetivo. ● Determine una estrategia de posicionamiento y pueda aplicarla al plan de marketing
Trabajo Práctico N° 6: "Marketing mix: Producto"
<p>Contenidos: Producto. Niveles de producto. Cómo crear productos novedosos con "design thinking". Experiencias turísticas. Ciclo de vida del Producto.</p> <p>Objetivos específicos: <i>Que el estudiante,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identifique el concepto del marketing –mix. ● Distinga los distintos niveles del producto, y diseñe un producto o experiencia turística, identificando los distintos niveles del mismo. ● Desarrolle de manera clara su producto turístico. ● Identifique en qué ciclo de vida se encuentra su producto y qué estrategias puede utilizar en cada fase.
Trabajo Práctico N° 7: "Marketing mix: Precio"
<p>Contenidos: Factores a tener en cuenta en la fijación de precios. Análisis de la variable precio. Estrategias en la fijación de precios.</p> <p>Objetivos específicos: <i>Que el estudiante,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Analice y reconozca el impacto de los distintos factores internos y externos en la fijación de precios ● Aplique las distintas estrategias de fijación de precio a su plan de marketing.
Trabajo Práctico N° 8: "Marketing mix: canales de distribución"
<p>Contenidos: Los canales de distribución. Selección de canales según el público objetivo.</p> <p>Objetivos específicos: <i>Que el estudiante:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Identifique y seleccione canales de distribución. ● Comprenda cuestiones relativas a la aplicación de estrategias de relación y negociación con el distribuidor ● Conozca el impacto de la tecnología en la distribución del turismo





<ul style="list-style-type: none"> Resignifique los contenidos de Agencias de viajes I y II, y Hotelería II
Trabajo Práctico N° 9: "Marketing mix: promoción"
<p>Contenidos: Comunicación turística. Publicidad. Relaciones Públicas. Promoción. Objetivos específicos: <i>Que el estudiante,</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Conozca las distintas herramientas de comunicación Aplique las distintas herramientas de comunicación en función de los objetivos del plan de marketing, el producto turístico, y el mercado objetivo.

HORARIOS DE CLASES

Clases	Comisión N°	Docente	Días	Horario
TEÓRICAS	Única	Aguilera M. Anabel	Martes	21 a 23
PRÁCTICAS	Única	Paola C. Martinis Tiplisky	Jueves	21 a 23

HORARIOS DE CLASES POR ZOOM (Optativo)

Clases	Comisión N°	Docente	Días	Horario
TEÓRICO PRÁCTICAS	Única	Aguilera M. Anabel	Sincrónico y asincrónico semanalmente	Asincrónico de 2 hora
	Única	Paola C. Martinis Tiplisky	Sincrónico y asincrónico semanalmente	Asincrónico de 2 hora

DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA HORARIA

SEMANA N°	FECHA	CLASES TEÓRICAS	CLASES PRÁCTICAS
		TEMA	TEMA
1	17/03/26	UNIDAD 1: Introducción al marketing turístico	
1	19/03/26		UNIDAD 1
2	24/03/26	UNIDAD 1	
2	26/03/26		UNIDAD 1
3	31/04/26	UNIDAD 2: Análisis y diagnóstico de la situación	
3	02/04/26		UNIDAD 2
4	7/04/26	UNIDAD 2	
4	9/04/26		UNIDAD 2
5	14/04/26	UNIDAD 2	
5	16/04/26		UNIDAD 2
6	21/04/26	UNIDAD 3: Marketing Estratégico	
6	23/04/26		UNIDAD 3: Marketing Estratégico
7	28/04/26	CLASE DE REPASO	
7	30/04/26		Examen Parcial N° 1 Horario: 21 a 23 hs
8	05/05/26	UNIDAD 3: Marketing Estratégico	
8	07/05/26		UNIDAD 3: Marketing Estratégico





SEMANA N°	FECHA	CLASES TEÓRICAS	CLASES PRÁCTICAS
		TEMA	TEMA
9	12/05/26	UNIDAD 4: Marketing Mix	
9	14/05/26		UNIDAD 4: Marketing Mix
-	19/05/26	Mesa de Finales	
-	21/05/26		Mesa de Finales
10	26/05/26	UNIDAD 4: Marketing Mix	
10	28/05/26		UNIDAD 4: Marketing Mix
11	02/06/26	UNIDAD 4: Marketing Mix	
11	04/06/26		UNIDAD 4: Marketing Mix
12	09/06/26	UNIDAD 4: Marketing Mix	
12	11/06/26		UNIDAD 4: Marketing Mix
13	16/06/26	Examen Parcial Horario: 21 a 23hs	
13	18/06/26		UNIDAD 5
14	23/06/26	UNIDAD 5	
14	25/06/26		Examen Parcial 1° y 2° Recuperatorio Horario: 21 a 23hs
CANTIDAD DE CLASES		14	14
Hs. por Clase		2 hs	2 hs
CARGA HORARIA		28 hs + 2 Virtual	28 hs + 2 virtual
CARGA HORARIA TOTAL			60HS

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES POR CUATRIMESTRE

Actividades de Docencia	Docente a cargo	Cuatrimestre (1° y 2°)
Planificación integral de actividades presenciales	Lic. Aguilera, M. Anabel	1° y 2°
Reformulación, control y resolución de Trabajos Prácticos	Lic. Aguilera, M. Anabel Lic. Paola C. Martinis Tiplisky	1°
Revisión y control de Bibliografía	Lic. Aguilera, M. Anabel	1° y 2°
Dictado de clases teóricas - prácticas	Lic. Aguilera, M. Anabel	1°
Dictado de clases teóricas - prácticas	Lic. Paola C. Martinis Tiplisky	1°

Actividades de Investigación	Docente a cargo	Cuatrimestre (1° y 2°)
Investigación académica (en el marco del trabajo final en especialización en Docencia Universitaria)	Lic. Aguilera, M. Anabel	1°

CLASES DE CONSULTA

Día Semana	Horario	Periodicidad	Lugar	Responsable/s
Martes	18 a 19	Semana	Aula	Aguilera M. Anabel





CONSULTAS ON-LINE Y/O POR PLATAFORMA (Optativo)

Día Semana	Correo electrónico	Responsable/s
Jueves	maguilera@eco.unsa.edu.ar	Aguilera M. Anabel
Viernes	pcmt582@hotmail.com	MartinisTiplisky Paola C.

REUNIONES DE CÁTEDRA

Día Semana	Horario	Periodicidad	Lugar
Viernes	15hs	Mensual	Facultad de Ciencias Económicas , Jurídicas y Sociales

ACTIVIDADES DE CAPACITACIÓN Y PERFECCIONAMIENTO DOCENTE

Curso	Docente/s	Lugar y fecha
Cursos de Capacitación a dictarse por el Ministerio de Cultura y Turismo Salta	Aguilera M. Anabel	A confirmar
Curso: "Enseñando con propósito" Harvard Business Impact Cursos: "Gamificación para espacios educativos y laborales dictada por Aula Abierta	Paola C. Martinis Tiplisky	On-Line Enero a Marzo 2026 On-Line Marzo a Junio 2026

DISTRIBUCIÓN HORARIA SEMANAL ESTIMADA DEL EQUIPO DOCENTE:

Docente	Docencia	Investigación	Gestión	Extensión
Aguilera M. Anabel	8	2 (en el marco de la especialización en docencia universitaria)		
Paola Martinis	10			

OTRAS ACTIVIDADES

La Lic. Aguilera Anabel es también docente de las cátedras Hotelería I en Cafayate, durante el primer cuatrimestre, y docente de Hotelería II y Planificación y Proyecto de Inversión en el segundo cuatrimestre.

La Lic. Martinis Tiplisky Paola es también docente de la cátedra Hotelería I en Cafayate y Marketing Operativo sede central durante el primer cuatrimestre

OBSERVACIONES:

La cátedra pone a disposición de los alumnos el uso de todos los recursos tecnológicos que se consideran aptos a efectos de mejorar el proceso enseñanza-aprendizaje. Se habilita un WhatsApp grupal y un aula Moodle para acompañar los procesos de aprendizaje.

X

m



[Handwritten signature]