ACTA DICTAMEN

Siendo las 09:00 horas del miércoles 03 de mayo de 2023 por videoconferencia, se constituye el tribunal que entenderá en el llamado para cubrir un (1) cargo interino a término de Profesor/a Adjunto/a con dedicación Simple, para el Departamento de Servicios Turísticos, Área Economía del Turismo, orientación Marketing Turístico, llamado aprobado por Resolución FT Nº 073/23.

El Jurado Docente, designado por la misma Resolución se encuentra integrado por: Dra. Marina ZANFARDINI (DNI Nº25.082.565) y Mg. Gabriela Vanesa MARENZANA (DNI Nº24.728.032).
Se deja constancia que no participa jurado estudiantil dado que no hubo propuesta presentada por el Centro de Estudiantes.
Asimismo, se deja constancia que no asiste Veedor/a docente por no haber sido requerido por la postulante.

Se procede a la elección del presidente del Tribunal, que recayó en la Prof. Marina Zanfardini.

Postulantes Inscriptos:

1	VERA, Leandro Martín	DNI: N°28.356.655
2	SUSTERSIC, Pilar Agustina	DNI: N°39.869.877

Se deja constancia que el postulante Leandro Martín VERA (DNI: N°28.356.655) no se presentó a las instancias de evaluación.

Por esta razón, sólo se procede al análisis de los antecedentes de la postulante Pilar Agustina SUSTERSIC y luego a la entrevista y exposición:

1) POSTULANTE: SUSTERSIC, Pilar Agustina

- Título

Su título de grado es Profesora en Educación Física, de la Universidad Nacional del Comahue. Si bien su formación de grado no se relaciona estrictamente con el área de concurso, sí presenta estudios de posgrado finalizados relacionados a ésta: “Especialista en Marketing de Servicios” y “Magister en Marketing de Servicios”, realizados en la Facultad de Turismo, de la Universidad Nacional del Comahue. Todos los cursos de posgrado que detalla en su C.V. en realidad son asignaturas de las carreras de posgrado detalladas anteriormente.

- Trabajos docentes de investigación, de extensión

  Durante 2022 fue integrante del PIN “El consumo de marcas en el entorno digital”, T/058 del cual es becaria graduada de iniciación.

  Actualmente mantiene ese rol en el PIN “Transformación digital de los territorios turísticos. Una aproximación desde el Marketing Turístico”, T/067.

  No presenta trabajos de extensión relacionados con el área de concurso.

  La tesis de su maestría en Marketing de servicios se denominó: La Co-creación de las marcas de estaciones de esquí en Argentina a través del contenido generado por los usuarios.

- Experiencia universitaria

  No posee experiencia de docencia universitaria.

- Experiencia no universitaria

  Presenta con constancia un antecedente en el Instituto Superior Patagónico, como profesora de Publicidad y pautas digitales, en el marco de la carrera Experto en Marketing Digital. Debido a que la constancia no detalla la carrera, esta información fue obtenida de la entrevista. También señaló que dictó otra asignatura: Marketing en redes sociales. Cabe señalar que la certificación no presenta sello de la institución.

- Participación en congresos, seminarios, reuniones

  En 2022 participó de 1 Jornada y 1 Encuentro, en calidad de expositora, con temas relacionados al área de concurso.

- Otros antecedentes que el jurado considere pertinente incluir

  En la entrevista señala que tiene experiencia profesional en el ámbito privado en el área de marketing de servicios y productos, en empresas nacionales e internacionales y en grandes empresas así como en mipymes. Por ejemplo: Abuela Goye, Powersoft y Explora, empresas de guías de montaña. No hay constancias en su CV de estas actividades.

  Cuenta con capacitación en softwares específicos de la publicidad y diseño, como lo es Adobe Ilustrator.

- Propuesta Docente y defensa

Atendiendo a la Resolución N° 108/20 del CDFT, en el artículo 6, inciso c, la postulante presenta programa y bibliografía para la asignatura Marketing Turístico de la TGDL.

El programa incluye la presentación general de la asignatura y su rol en el marco de la carrera, indicando a qué objetivos de la carrera aporta, así como el ciclo en el que se encuentra, y las materias a las que continúa.

Los contenidos incluidos en cada una de las 4 unidades son pertinentes. Se cierra la propuesta con la última unidad “Comunicación y Distribución de productos Turísticos”, sin haber explicitado previamente el concepto de producto, aunque está incluído en el concepto de marketing operativo.

Entre los contenidos mínimos del Plan de Estudios de la carrera TGDL, de la Ord 325 del 2003, se encuentran precio y competencia, conceptos que no fueron incluidos explícitamente en la elaboración de la propuesta de programa. Se entiende que son tratados a partir de las dimensiones de marketing estratégico y marketing operativo (en la Unidad 1).

En cuanto a la propuesta de “Metodología de trabajo” se explica que se opta por la modalidad virtual, lo cual es correcto dado que la carrera se dicta virtualmente, y seguidamente en “Evaluación y acreditación” se plantea que la misma se llevará a cabo en encuentros presenciales, contrariamente a lo desarrollado en el apartado anterior. Al consultar en la entrevista sobre este punto, señaló que se refería a encuentros sincrónicos. En la misma sección, no se contempla la instancia de recuperación tanto de Trabajos Prácticos, y sobre todo de exámenes parciales, que se establecen en la Ord 273/18, en su artículo N° 26. Tampoco se contempla la figura del estudiante libre. Al consultar sobre este tema en la entrevista, señaló que para ella las instancias de evaluación tienen recuperatorio. La postulante afirma que fue su error no incluir la figura del estudiante libre así como como la instancia de recuperatorio.

En cuanto a la bibliografía, de 11 citas que se presentan en el programa, 8 de ellas, poseen más de 20 años. Si bien en algunos casos se podría tratar de obras seminales para la disciplina, el marketing ha evolucionado en estas dos décadas, y esta trayectoria no se ve reflejada en todos los autores seleccionados. En el caso de recursos de información se menciona una cita de la década del 90.

Al consultarle sobre cómo generó la propuesta docente, lo primero que hizo fue buscar el plan de estudio de la carrera, para evaluar qué, por qué , quiénes y la institución que origina la carrera.

Pensó el programa de la materia bajando los objetivos del plan de estudios al programa a la asignatura. Su objetivo fue pensar en la materia situada en todo el plan y en la universidad pública.

Sobre la bibliografía mencionó que usó la que contaba de sus carreras de posgrado y que actualizó la bibliografía sobre turismo .

Al consultarle sobre la innovación en su propuesta señaló que está enfocada en facilitar el desarrollo de microemprendimientos de servicios y que realiza propuestas de recursos extras para que los estudiantes ganen autonomía en su formación.

B) ENTREVISTA:

La postulante indica que su motivación para presentarse al concurso es que le encanta enseñar y siente que tiene la posibilidad de aprender más de los temas que desarrolla. También cree que a los alumnos les sirven su clases, puede motivar aprendizajes y aporta al desarrollo de las localidades. Le interesa complementar sus actividades del ámbito empresarial con actividades del ámbito académico.

Al consultar sobre cómo aporta al desarrollo de lo local, sostiene que en las clases hace propuestas, ve respuestas de alumnos, retroalimenta el procesos en función de cada grupo.Se pueden crear casos a partir de sus experiencias profesionales.

Cuando se le pregunta sobre futuras capacitaciones, menciona un Doctorado en Administración de la Universidad Nacional de Córdoba, y una Especialización en la UBA en análisis de datos. Como formación en cursos cortos: profundización en photoshop e Illustrator. Profundizar en publicidad y redes sociales a través de los cursos cortos que ofrece Facebook.

Se le consulta sobre sus fortalezas para el trabajo en equipo. Señala que tiene habilidades de liderazgo adquiridas en experiencias docentes previas. Considera que las miradas y experiencias de otros pueden hacer aportes a la formación, a las clases y al programa. Se autodefine como una persona con habilidades blandas, como empatía,

capacidad de escucha, con herramientas a nivel vincular para resolución de conflictos, da una mirada de posibilidad a los conflictos y busca el diálogo.

Se le pregunta sobre el dominio de plataformas que apoyen el dictado virtual de la asignatura. Ella señala que domina Moodle para el diseño de aulas virtuales, ya que usa PEDCO desde hace 8 años. Las aplicaciones de videoconferencia las usa sin dificultad.

C) EXPOSICIÓN ORAL:

Presenta el tema que seleccionó para la exposición de la clase "Estudio del comportamiento de consumo turístico", lo localiza en la unidad en la que se dicta, la carrera y sus ciclos. Plantea el objetivo de la clase y los propósitos por tipo de contenido (conceptuales, procedimentales y actitudinales). Vincula con unidades anteriores a través de los conceptos de necesidad, deseo y demanda. Desarrolla el modelo de comportamiento de compra de la caja negra, y seguidamente presenta los factores que pueden influenciar en la misma. Algunos ejemplos fueron muy generales y otros más turísticos. Finalmente, el tema abordado es el proceso de compra y sus etapas.

Plantea dos actividades para desarrollar en el contexto de la clase, ancladas en empresas locales. Propone al final recursos extras para seguir profundizando el tema, como una película y un libro.

Se notó cierta inseguridad en la exposición que la llevó a consultar y leer sus notas escritas más de lo esperado. Se confunde en la mención de algunos términos.

Se esperaba que la postulante, al ser nativa digital como ella se auto definió, incorporara en la presentación de la clase algunas herramientas didácticas más innovadoras.

Al finalizar la exposición, que estuvo conforme a los tiempos estipulados, se le consultó sobre cómo preveía implementar las actividades prácticas presentadas a lo largo de la clase y ella señaló que estimaba unos 40 minutos para cada una de ellas, y posterior puesta en común en clase.

GRILLA DE PONDERACIÓN PROFESOR/A ADJUNTO/A			
POSTULANTE	**ANTECEDENTES Y TÍTULOS 45 puntos**	**ENTREVISTA PERSONAL 30 puntos**	**EXPOSICIÓN ORAL 25 puntos**
SUSTERSIC, Pilar Agustina	30	15	10

DICTAMEN DEL JURADO:

Por todo lo expuesto este jurado, considerando los antecedentes, la propuesta presentada y el desempeño de la postulante en la entrevista, recomienda la designación de **Pilar Agustina Sustersic como *Profesora Adjunta Interina a término con dedicación Simple*** para el área Economía del Turismo, orientación Marketing Turístico para desempeñar funciones en la carrera a término Tecnicatura en Gestión del Desarrollo Turístico Local.

Siendo las 12:43 hs. del día 3 de mayo de 2023, se da por finalizada la presente acta, dejando constancia de los nombres de quienes firman y **se envía vía correo electrónico** en formato PDF **desde la dirección de e-mail del Presidente** al e-mail concursos.docentes@fatu.uncoma.edu.ar

Marenzana, Gabriela

Vocal

Marina Zanfardini

Presidente