SAN RAFAEL, 11 de setiembre de 2015

VISTO:

El Expediente FAI 16219/2015 mediante el cual Secretaría Académica gestiona la convocatoria a la postulación de docentes y/o equipos docentes para desarrollar los contenidos del Espacio Curricular MARKETING PARA EMPRESAS VITIVINÍCOLAS correspondiente al Ciclo de Complementación Curricular de Licenciatura en Enología, y

CONSIDERANDO:

Que se ha propuesto el perfil requerido para los postulantes y la conformación de la comisión asesora actuante, que tendrá a cargo la evaluación de antecedentes y méritos de los aspirantes, a los miembros del Comité permanente del Ciclo de Complementación Curricular de Licenciatura en Enología, según lo establecido por la Ordenanza Nº 4/2013-C.D.

Que, asimismo, se establecen las funciones a cumplir y requisitos mínimos exigidos a los aspirantes.

Por ello, atento a lo expuesto y en uso de sus atribuciones,

LA DECANA DE LA FACULTAD
DE CIENCIAS APLICADAS A LA INDUSTRIA
R E S U E L V E:

ARTICULO 1º.- Convocar a la postulación de docentes y/o equipos docentes para desarrollar los contenidos del Espacio Curricular “MARKETING PARA EMPRESAS VITIVINÍCOLAS”, correspondiente al Ciclo de Complementación Curricular de Licenciatura en Enología, de acuerdo a las pautas establecidas en el Anexo I de la presente Resolución, que consta de UNA (1) hoja.

ARTICULO 2º.- Establecer las funciones a cumplir y requisitos mínimos exigidos a los aspirantes, según se detalla en el Anexo II de la presente Resolución, que consta de UNA (1) hoja.

ARTICULO 3º.- Los aspirantes deberán presentar TRES (3) copias impresas y UNA (1) copia digital del Currículum acompañadas de UN (1) juego de probanzas, además deberán presentar TRES (3) copias impresas y UNA (1) copia del Programa de Actividades que en líneas generales proponen desarrollar en caso de obtener el espacio curricular al que se postula, según el modelo que se detalla en el Anexo III de la presente Resolución, que consta de DOS (2) hojas.

ARTICULO 4º.- Instituir el siguiente cronograma por el cual se regirá la convocatoria:
Periodo de Inscripción y presentación de antecedentes: 14 al 30 de setiembre de 2015, de 8.30 a 13.00 y de 16.00 a 19.00, en la sede de la Facultad, Bernardo de Irigoyen 375, San Rafael.
Cierre de Inscripción: 30 de setiembre de 2015 a las 18.00 horas.

ARTICULO 5º.- Comuníquese e insértese en el Libro de Resoluciones.

RESOLUCION Nº 256

ANEXO I

CICLO DE COMPLEMENTACIÓN CURRICULAR

LICENCIATURA EN ENOLOGÍA

ALCANCE DE LAS OBLIGACIONES CURRICULARES

A continuación se establece el alcance de las obligaciones curriculares de contenidos fijos a modo de descriptores generales.

MARKETING PARA EMPRESAS VITIVINÍCOLAS – 70 HORAS

Objetivos:

- Reconocer al Marketing como elemento constitutivo de una orientación estratégica y operativa desde cada una de las variables comerciales básicas proporcionando una perspectiva integral de la disciplina.
- Resolver los problemas comerciales y asumir con suficientes conocimientos la toma de decisiones en Marketing.

Formato: Teórico Aplicado - Taller

Régimen de cursado: Semestral

Modalidad de dictado: Presencial

Contenidos mínimos:

Concepto y contenido del marketing. Orientaciones de las empresas hacia el mercado. La gestión de marketing en la empresa vitivinícola: marketing estratégico y marketing operativo. El marketing y la planificación estratégica. Naturaleza y contenido del plan de marketing. El macroentorno de la empresa vitivinícola. El microentorno de la empresa vitivinícola. Respuesta de la empresa al entorno. Factores que influyen en el comportamiento de compra del consumidor. El proceso de decisión de compra El mercado: concepto y delimitación. La demanda en el mercado vitivinícola. La segmentación del mercado del vino. Diferenciación y posicionamiento. El concepto de producto. Decisiones de marca. Decisiones sobre envase y embalaje. La estrategia de producto en la empresa El canal de distribución: naturaleza y funciones.. Formas de distribución comercial del vino

Naturaleza e importancia del precio. Objetivos de los precios. Factores a considerar en la fijación de los precios. Procedimientos de fijación de precios. El proceso de comunicación. Formas de comunicación comercial: comunicación personal e impersonal. Etapas en la planificación. Comunicación comercial e imagen de marca.

ANEXO II

Convocatoria a postulación de docente y/o equipos docentes para desarrollar los contenidos correspondientes al Espacio Curricular MARKETING PARA EMPRESAS VITIVINÍCOLAS

Carrera	Departamento	Espacio Curricular
Ciclo de Complementación Curricular de Licenciatura en Enología	*Ingeniería y Gestión*	*Marketing para Empresas Vitivinícolas*

Perfil Requerido:

Poseer Título Universitario según lo establecido en el artículo 36 de la Ley de Educación Superior 24.521.
Preferiblemente acreditar cursos de especialización docente.
Preferiblemente poseer antecedentes en el área.
Preferiblemente tener formación y capacitación en el área.
Preferiblemente tener antecedentes laborales en el área.

Comisión Asesora:

- Esp. Ing. Ángel Augusto ROGGIERO
- Dra. Ing. María Silvina CABEZA
- Ing. Raúl Orlando CARRION

ANEXO III
PROGRAMA DE ACTIVIDADES

1. Carrera: Ciclo de Complementación Curricular de Licenciatura en Enología

2. Año de Vigencia:

3. Carga horaria:

4. Equipo de cátedra:

5. Objetivos del Espacio Curricular:

6. Contenidos a desarrollar en el Espacio Curricular

Unidad Temática	Bibliografía
Nº 1	Obligatoria: Complementaria:
Nº 2	Obligatoria: Complementaria:

7. Descripción de Actividades de aprendizaje

Nº DEL TRABAJO	TEMA

8. Descripción de Actividades de Extensión y/o Vinculación con el Sector Productivo de la Cátedra

NOMBRE LA ACTIVIDAD	DURACIÓN	REQUISITOS PARA LA PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES

9. Descripción de Actividades de Investigación de la Cátedra

NOMBRE LA ACTIVIDAD	DURACIÓN	REQUISITOS PARA LA PARTICIPACIÓN DE LOS ESTUDIANTES

10. Procesos de intervención pedagógica

11. Organización por comisiones

	Teóricas	Actividades Áulicas	Laboratorio y Planta Piloto	Tareas de Campo
Cantidad de comisiones				
Cantidad de alumnos por comisión				

12. Condiciones de regularización:

- Asistencia al …..% de las actividades teóricas.
- Asistencia al …..% de las actividades prácticas.
- Aprobación del …..% de las evaluaciones parciales teórico-prácticas o sus recuperaciones, con un mínimo de siete (7) puntos[1].

13. Evaluación

14. Temporalización de las Actividades

Actividad	Fecha

15. Distribución de la carga horaria

Actividades	Horas
1. Teóricas	
2. Apoyo teórico (incluye trabajos prácticos de aula)	
3. Trabajo Integrador	
4. Experimentales (laboratorio, planta piloto, taller, etc.)	
5. Resolución de Problemas de Ingeniería (sólo incluye Problemas Abiertos)	
Total de Horas de la Actividad Curricular	