

ANEXO 2

MODELO DE CONVOCATORIA

La Secretaría de Asuntos Docentes del Distrito de Lanús

Por la presente realiza la difusión y convocatoria a los docentes que se desempeñan en la Escuela de Educación Secundaria Técnica N° 3 de Lanús, que aspiran a la cobertura por Proyecto Pedagógico **COMERCIALIZACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS** la cual no se encuentra comprendida en la Disposición N° 2/12 de las Subsecretarías de Gestión Educativa y que se detalla a continuación:

Tecnicatura	Año y Div.	Carga Horaria	Horario	Jurado Titular	Jurado Suplente
SERVICIOS TURISTICOS	7° 3°	4 MODULOS	a confirmar	Mirta Rodríguez Gamarra Martín	Rocío Lobo Pavicic María

FIRMA DEL DIRECTOR



Prof. Gabriela Pavicic
Directora - E.E.S.T. N° 3
Lanús - D.G.C. y E.

FIRMA DEL INSPECTOR

Rol del Docente de Comercialización de Empresas Turísticas y Hoteleras

El espacio de COMERCIALIZACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS, junto con otras experiencias formativas de la modalidad, constituye una oportunidad pedagógica para la valoración de las capacidades y conocimientos que se alcanzan como resultado del proceso integral de la educación técnico-profesional. Esto

lo posiciona al docente a cargo del grupo operativo de practicantes, junto al Jefe de Área y el equipo de conducción institucional que coordine las mismas –o a quien ejerza dicha coordinación- frente a desafíos profesionales que implican un profundo conocimiento del recorrido formativo que los estudiantes hayan desarrollado en su trayectoria escolar.

Perfil del Docente

Dada la complejidad, diversidad y especificidad de la inserción de las Dirección de Empresas Turísticas y Hoteleras, sino que además posea algunas capacidades y conocimientos específicos e imprescindibles para llevar adelante esta tarea:

- Conocer las características del desempeño profesional que exige la especialidad de los alumnos que llevan adelante las COMERCIALIZACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS Comprender el perfil profesional de la especialidad en cuestión, incluidos los marcos normativos y legales que regulan el ejercicio profesional.

La elección del docente a cargo de Dirección de Empresas Turísticas y Hoteleras se orienta por un conjunto de condiciones, algunas de las cuales resultan insoslayables, tales como:

- **Título previo:** es condición indispensable que el ingresante cuente con un título técnico de nivel medio o superior o universitario habilitante, o bien título de grado universitario afín a las especialidades de la Educación Técnica Profesional.
- **Experiencia docente acreditada:** cursantes que ya se desempeñan como docentes en los espacios formativos propios del campo científico tecnológico y

técnico específico de las trayectorias formativas que permiten obtener título técnico de nivel secundario.

- **Conocer el Proyecto Institucional.**

Funciones del Docente a cargo de Comercialización de Empresas Turísticas y Hoteleras Además de las funciones previstas y desarrolladas el Reglamento General de Instituciones Educativas de la Provincia de Buenos Aires aprobado por Decreto N° 2299/11, el docente deberá:

1. Participar en la elaboración, implementación y ajuste del proyecto estratégico de Evaluación de Proyectos, en el marco del Proyecto Institucional.
2. Coordinar el diseño, desarrollo y evaluación de las Prácticas en Evaluación de Proyectos. Con el grupo de alumnos a su cargo.
3. Asistir a los alumnos durante el diseño, desarrollo y evaluación de los proyectos de Evaluación de Proyectos. Esta asistencia y asesoramiento, debe ser prevista y planificada tanto durante las instancias de prácticas de laboratorio, como en las instancias de acompañamiento previstas.
4. Seleccionar, en forma conjunta con el Jefe de Área Informática y Directivos, el objetivo y modalidad del proyecto a realizar considerando los criterios que hacen a las Prácticas de laboratorio, su vinculación con el perfil profesional y la propuesta pedagógica institucional, así como las condiciones de posibilidad en cuanto a su realización.
5. Conducir los procesos de intercambio y discusión con los alumnos para delinejar etapas y acciones que implican el desarrollo del proyecto.
6. Prever los recursos necesarios para la implementación y su disponibilidad.
7. Coordinar instancias de reflexión individual y colectiva, como así también el seguimiento del avance del proyecto con los alumnos intervenientes en el mismo.
8. Diseñar las estrategias de evaluación de los aprendizajes, y del proyecto en todas sus dimensiones e instancias.
9. Comunicar al Jefe de Área las novedades o dificultades surgidas en el devenir del proyecto que requieren su puesta en conocimiento o su intervención. Los canales de comunicación entre el docente a cargo de Evaluación de Proyectos y el Jefe de Área que coordina las mismas deben ser acordados, definidos y

explicitados en el Plan Institucional, y garantizados por el Equipo de Conducción Escolar. Esta comunicación debe ser rápida, oportuna, formal y efectiva, guardando si correspondiere, registro escrito de la misma.

10. Exigir la elaboración por parte de los alumnos de los documentos de proyecto (memorias técnicas, análisis comparativos, etc.), manteniéndolos actualizados cuando se produzcan modificaciones en su formulación original.
11. Desarrollar material educativo según los contenidos curriculares de la materia.

Anexo

Marco regulatorio y caracterización de la Educación Técnico Profesional de Nivel Secundario

La Ley de Educación Nacional 26.206/06, la Ley de Educación Técnico Profesional 26.058/05 y la normativa regulatoria subsiguiente del nivel y la modalidad (Res. CFE N° 13/07, N° 84/09, N° 93/09, N° 229/14, N° 266/15, N° 288/16, N° 295/16, N° 330/17 y CFE N2341/18) dan cuenta, en principio, de la obligatoriedad del nivel para todos los estudiantes, los posibles y diversos formatos escolares y los distintos rasgos organizativos que puede asumir una institución de educación técnico profesional de nivel secundario.

COMERCIALIZACIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS

Carga Horaria Total: 144 horas reloj

Contenidos mínimos

Diferentes tipos de venta. Comparación del desarrollo de venta basado en la tradición y en los ingresos. Estudio de los segmentos del mercado. Canales de distribución. Promoción de productos.