

VIEDMA, 11 DE SEPTIEMBRE DE 2013

VISTO:

El Expediente N° 139264-EDU-10 del registro del Ministerio de Educación - Consejo Provincial de Educación, y

CONSIDERANDO:

Que mediante el mismo se tramita la aprobación de los Proyectos Curriculares de Tecnicaturas de Educación Superior;

Que es facultad del Consejo Provincial de Educación proveer la planificación del Sistema Educativo Provincial conforme a los funciones estipuladas por la Ley Orgánica de Educación N° 4819;

Que mediante Resolución N° 47/08 del Consejo Federal de Educación se aprueba el Documento “Lineamientos y criterios para la organización institucional y curricular de la educación técnico profesional correspondiente a la educación secundaria y la educación superior”;

Que en la mencionada normativa se establecen criterios generales para el desarrollo institucional y la organización curricular de carreras de Educación Técnico Profesional de Nivel Superior;

Que conforme a la planificación de propuestas de formación de Educación Superior, se requiere la aprobación de los Proyectos Curriculares de las carreras;

Que la oferta formativa esta orientada a la especialidad Informática y destinada al fortalecimiento y capacitación de recursos humanos;

Que los títulos a otorgar serán “Técnico Superior en Informática con orientación en Administración de Empresas o en Diseño y Comunicación Visual”;

Que necesario emitir la norma legal correspondiente;

POR ELLO, y de acuerdo a las facultades conferidas por el Artículo 165° de la Ley 4819;

EL PRESIDENTE
DEL CONSEJO PROVINCIAL DE EDUCACIÓN
R E S U E L V E:

ARTICULO 1°.- APROBAR a partir del ciclo lectivo 2013, el Proyecto Curricular de la Carrera “Tecnicatura Superior en Informática con orientación en Administración de Empresas o en Diseño y Comunicación Visual”, que como Anexo I forma parte integrante de la presente Resolución.-

ARTICULO 2°.- ESTABLECER que los títulos a otorgar serán:

- Técnico Superior en Informática con orientación en Administración de Empresas.
- Técnico Superior en Informática con orientación en Diseño y Comunicación Visual.

ARTICULO 3°.- REGISTRAR, comunicar por la Secretaría General a la Dirección de Educación Superior y Formación y archivar.-

RESOLUCION N° 2744

Héctor Marcelo MANGO
Presidente

ANEXO I – RESOLUCION N° 2744

Proyecto Curricular de la Tecnicatura Superior en Informática con orientación en Administración de Empresas o en Diseño y Comunicación Visual

Fundamentación:

El siglo XXI está signado por los avances e innovaciones en los campos de la electrónica y la informática, el desarrollo de las nuevas tecnologías y la importancia adquirida en el mundo actual, ha sido y es un hecho incuestionable. Estos avances han revolucionado los procesos de producción, las comunicaciones, la transmisión y tratamiento de la información.

Reflexionar sobre los nuevos escenarios comunicativos provocados por las nuevas tecnologías es aceptar el desafío de seguir pensando, de no sucumbir al vértigo, y de intentar dar cuenta razonada de lo que está ocurriendo. Las nuevas tecnologías, en especial Internet ha trastocado gran parte de los paradigmas que hasta ahora nos ayudaban a comprender los procesos de comunicación pública en medios masivos.

Tal como sostiene José Luis Orihuela *“La tecnología digital permite la integración de todos los formatos de información (texto, audio, video, gráficos, animaciones) en un mismo soporte. Este carácter multimedia de la Red ha permitido la convergencia de los diversos medios de comunicación en Internet. Diarios, revistas, emisoras de radio, canales de televisión y hasta películas de cine se han integrado en un mismo soporte, junto a multitud de nuevos servicios de información, diseñados originalmente como recursos multimedia. Esta característica de la Red suele dar lugar a la polémica acerca de su identidad como medio y a la supuesta sustitución de los medios anteriores. Históricamente, cada nuevo medio en función del potencial comunicativo del soporte que utilizaba ha desarrollado unos contenidos, un lenguaje, una sintaxis y una estética propia, a la vez que su emergencia ha conducido a los viejos medios a redefinir su identidad”*.

Por otro lado la globalización de la economía, el cambio de la organización del trabajo basado en la producción en cadena, en la especialización flexible y las nuevas tecnologías, modifican con gran rapidez el mundo del trabajo. El conocimiento aparece cada vez más ligado a modelos tecnológicos que transforman rápidamente la realidad que nos rodea. Por eso, es necesario capacitar profesionalmente a los jóvenes para esta era, la cual requiere de un profesional que desde su puesto de trabajo desarrolle la capacidad de aprendizaje rápido de una variedad de tareas, tome decisiones y resuelva problemas con cierta autonomía.

En este sentido se destaca la necesidad de vincular la formación superior de los jóvenes con las necesidades de la comunidad, considerando la tendencia del mercado laboral moderno, que requiere de un sujeto capaz de adaptarse a las nuevas exigencias de un mundo cambiante, en pleno desarrollo tecnológico e industrial, capaz de manejar herramientas vinculadas a la informática, lo cual constituye, en el campo laboral, uno de los requisitos fundamentales para poder desempeñarse correctamente en el área administrativa, industrial y comercial de toda empresa u organización.

La importancia de la comunicación como eje fundamental de la carrera, donde los alumnos deberán saber utilizar crítica y creativamente los medios de difusión masiva, así como el fomento a la capacitación de comunicadores creativos, que hagan uso de las nuevas tecnologías, que a través del diseño, los bienes y las comunicaciones, adquieren personalidad y transmiten un mensaje que apela a la sensibilidad estética, al gusto y a la emotividad, estableciendo un código propio de comunicación. El diseño, tanto de experiencias gráficas como multimediales, no son una característica de la tecnología sino de las personas, que deben saber encontrar modos de entender el problema, comunicar y expresar; manejando conceptos que van más allá y existen desde antes que el software.

Organización Curricular:

Las propuestas curriculares estarán organizadas de la siguiente manera:

- Tecnicatura Superior en Informática con orientación en Administración de Empresas en tres años, compuestos por seis cuatrimestres de 16 semanas, con un total de 1600 horas.
- Tecnicatura Superior en Informática con orientación en Diseño y Comunicación Visual en cuatro años, compuestos por ocho cuatrimestres de 16 semanas, con un total de 1920 horas.

La organización de las carreras contempla una progresiva complejidad aunque integrándose campos del conocimiento general, de fundamentos, específicos y de la práctica profesionalizante..

Objetivos de las carreras:

- Formar profesionales capaces de ejercer la actividad proyectual que posibilita comunicar visualmente información, hechos, ideas y valores útiles al hombre.
- Indagar en el mundo perceptivo del hombre para generar situaciones de comunicación que se inserten adecuadamente en el circuito operativo y simbólico con el cual el individuo convive cotidianamente, nutriéndose de él para acceder posteriormente, a expandirlo y enriquecerlo.
- Desarrollar destrezas técnicas en cuanto al dominio de softwares.
- Comprender el proceso completo de comunicación y lograr resolver problemáticas comunicacionales en diferentes contextos de aplicación: web, multimedia, editorial, grafica, entornos audiovisuales, etc.

Características de las carreras

Denominación:

Tecnicatura Superior en Informática con orientación en Administración de Empresas o en Diseño y Comunicación Visual

Títulos que se otorgan:

- Técnico Superior en Informática con orientación en Administración de Empresas.
- Técnico Superior en Informática con orientación en Diseño y Comunicación Visual.

Modalidad: Educación Técnico Profesional - Nivel Superior

Especialidad: Informática

Duración de la carrera: 3 y 4 años (según la orientación)

Perfil del egresado:

El graduado estará habilitado para desempeñarse como proyectista y planificador en las áreas del diseño editorial, diseño publicitario, diseño de identidad corporativa, diseño web, diseño de envases, diseño tipográfico, diseño de la información, señales y diseño multimedia.

Asimismo la formación esta orientada a desarrollar su actividad en forma independiente o como integrante de equipos de trabajo en instituciones y organizaciones privadas o públicas vinculadas a la producción de medios gráficos, digitales y audiovisuales, desempeñándose en las distintas tareas del área informática y estableciendo, a través de la misma, sistemas de control que contribuyan a la eficiencia y eficacia de la organización.

Podrá desempeñarse en la dirección de proyectos que exijan la creación, planificación, desarrollo, implementación y control de calidad en todo tipo de manifestación de la comunicación visual, como emprendedor en el desarrollo de productos o servicios innovadores, como consultor y asesor interviniendo en la confección de normas y patrones de sistemas de comunicación pública o privada, así como en la realización de pericias, arbitrajes, tasaciones, presupuestos y cualquier otra tarea profesional emergente de las actividades que competen a su forma.

Campo laboral – Ocupacional

- Organizaciones públicas o privadas
- Los medios gráficos.
- Los medios audiovisuales de comunicación, televisión y cinematografía en sus aspectos gráficos.
- La gráfica aplicada, la señalización, la generación de códigos visuales, paneles de información.
- La identidad visual de instituciones, empresas y productos.
- El diagnóstico ante instituciones públicas o privadas de problemas de comunicación visual.
- La confección de normas, patrones de sistemas de comunicación pública o privada.

Espacios curriculares según campos de formación

Según la Resolución N° 47/08 del Consejo Federal de Educación, los espacios curriculares se agrupan en los siguientes campos de formación y se establecen los porcentajes mínimos de horas de formación de cada uno:

- Campo de Formación General
- Campo de Formación de Fundamento
- Campo de Formación Específica
- Campo de Formación de la Práctica Profesionalizante

Campo de Formación General

- Matemática
- Inglés Técnico
- Estadística
- Ética y Deontología Profesional

Campo de Formación de Fundamento

- Álgebra
- Tecnologías de la Información, la Comunicación y la Conectividad
- Marketing
- Arte, Cultura y Estética Contemporánea
- Dibujo Técnico
- Cultura y Medios de Comunicación

Campo de Formación Específica

- Informática Aplica al Diseño
- Lenguaje Audiovisual
- Psicología de la Comunicación
- Taller I: Diseño Gráfico
- Publicidad y Propaganda
- Semiótica de la Imagen
- Percepción Visual
- Tecnologías del Diseño
- Taller Optativo I
- Taller II: Diseño Interactivo y Multimedial
- Diseño Tridimensional
- Producción y Realización de Video y Sonido
- Taller Optativo II
- Principios de Administración
- Sociedad y Estado
- Sociología de las Organizaciones
- Gestión de la Comunicación Institucional
- Informática Aplicada
- Recursos Humanos
- Administración Financiera
- Sistemas de Control de Gestión
- Derecho Laboral
- Metodología de la Investigación
- Análisis de la Legislación Aplicable
- Gestión de Proyectos
- Derecho y Procedimiento Administrativo

Campo de Formación de la Práctica Profesionalizante

- Prácticas Profesionalizantes (ambas orientaciones)

Contenidos Mínimos

Inglés Técnico

Pronombres Personales y demostrativos. Adjetivos posesivos. Verbos: ser y estar. Verbos comunes. Regulares/Irregulares, Comparativos/Superlativos, Tiempos verbales, Primer y Segundo Condicional. Adjetivos, Adverbios. Artículos, sustantivos, Preposiciones. Referencias contextuales. Conectores básicos. Organización de la información. Funciones del lenguaje. Prefijos y sufijos. Comparaciones. Voz pasiva. Sustantivos compuestos. Listas. Ejemplificaciones. Explicitaciones. Definiciones. Reformulaciones. Transición. Causa y efecto. Predicciones. Referencia. Obligación. Posibilidad. Condiciones.

Matemática

Introducción a la programación lineal: Sistemas de ecuaciones. Gráficas. Sistema de inecuaciones. Gráficas. Estructura general. Definiciones y conceptos básicos. Concepto de optimización, su aplicación. Resoluciones gráficas en problemas de dos variables. Límite y Continuidad de Funciones Reales. Derivación de Funciones Reales: Aplicaciones de la Derivada. Integración de Funciones Reales.

Tecnologías de la Información, la Comunicación y la Conectividad

Ergonomía. Sistemas Informáticos: Hardware, software, datos, información. usuarios. Ciclo de Procesamiento de la información. Unidades de Medida. Descripción y función de sus componentes de una computadora. Clasificación de software según su licencia de utilización. Software libre y software propietario. Características. Consideraciones éticas y legales. Sistema Operativo. Administrador del sistema de archivos. Tipo de archivo. Acciones con archivos y carpetas. Software de Aplicación: Procesador de Textos, Planilla de Cálculos. Presentaciones. Organización de la información en la computadora: archivos y directorios. Concepto de redes. Componentes. Servidores y estaciones de trabajo. Aplicaciones de las redes: Compartir información. Utilización de recursos compartidos. Redes de área local (LAN) y redes de área extensa (WAN). Dirección IP. Internet: Red de redes. Reseña histórica. El sistema de nombres por dominio. Localizador Uniforme de Recursos (URL). Software de navegación y buscadores. Web 2.0. Redes sociales.

Estadística Descriptiva

Estadística descriptiva, Introducción a la estadística, Fila de datos. Ordenaciones. Distribución de Frecuencias. Intervalos de clase y límites de clase. Fronteras y Tamaño de Clase. Marca de clase. Reglas generales para formar distribuciones de frecuencia. Histogramas y Polígonos de frecuencia. Distribución de frecuencias relativas. Distribución de frecuencias acumuladas y ojivas. Tipos de curvas de frecuencia. Medidas de centralización: moda, mediana y media. Propiedades de la media aritmética. Cálculo de la media aritmética para datos agrupados.

Relación empírica entre media, mediana y moda. Medidas de dispersión: rango, varianza y desviación estándar con datos independientes y agrupados. Coeficiente de variación. Relación empírica entre medidas de dispersión. Medidas de ubicación: deciles, percentiles y cuartiles. Formas de distribución: momento, sesgo y curtosis.

Álgebra

Lógica Formal, Enunciados–Proposiciones, Valor de verdad–Conectores, Tablas de verdad–Tautología–Contradicciones, Razonamientos–Demostraciones. Álgebra de Boole, Leyes e identidades, Composición, Simplificación. Matrices (operaciones), Vector–Operaciones–Dependencia lineal, Matriz–Operaciones–Tipos de matrices, Determinante. Sistemas de ecuaciones (resolución), Ecuaciones con una incógnita, Sistemas de ecuaciones lineales–Resolución, Cálculo combinatorio, Combinaciones, Variaciones, Permutaciones.

Marketing

Conceptos básicos y enfoque relacionados al marketing. Naturaleza y alcance del marketing. El marketing como sistema de intercambios. El marketing de relaciones. La función comercial en la empresa. El sistema comercial. Los instrumentos del marketing. Conceptos y tarea de la dirección comercial. Necesidades, deseos, demanda y consumidor. Mercado y desarrollo de producto y servicios. El mix de marketing. Producto, precio, posición o ubicación y promoción. La orientación al mercado: La dirección comercial y los estados de la demanda. El mercado y el entorno. La demanda. Segmentación de mercado y posicionamiento. Bases para una segmentación. Segmentación demográfica y específica. Selección del mercado meta. Comportamiento del consumidor. Los canales de distribución como instrumento del marketing. Elección y aplicación de una estrategia de posicionamiento. Principios fundamentales de posicionamiento. Mercadotecnia e Investigación de Mercados: Definiciones básicas. La Investigación y el Planeamiento Estratégico. El rol del Departamento de Marketing. Uso de la Investigación en la toma de decisiones. Equipo de investigación: interno o proveedor externo. Trabajo interdisciplinario. Personal involucrado. Ética del Investigador. El Proceso de Investigación, distintas etapas. Sistemas de información. Datos primarios y secundarios. Fuentes de información. Investigaciones cualitativas y cuantitativas. Objetivos. Presupuesto de investigación. Plan de investigaciones. Interpretación y conclusiones.

Ética y Deontología Profesional

Definición de Ética: Filosofía, ciencia e ideología: similitudes y diferencias. Historia de la filosofía. Orígenes de la filosofía. Ética y moral: definición, características y diferencias. Teorías éticas. Ética y moral, religión y derecho. Relaciones. Filosofía, ciencia e ideología: similitudes y diferencias. Historia de la filosofía. Orígenes de la filosofía. Ética y moral: definición, características y diferencias. Teorías éticas. Ética y moral, religión y derecho. Relaciones. Paradigmas de la ética: Universalismo y relativismo ético. Teorías teleológicas: Aristóteles y Mill. Teorías deontológicas. El imperativo categórico de Kant. Ética comunicativa. Posmodernidad, post-ética y vida cotidiana en la era del individualismo. Relación con otras ciencias. Fin último del hombre. La felicidad. Ley. Derecho. Deberes universales y deberes en función de roles. Desafíos éticos del mundo contemporáneo. Derechos humanos y culturales. Democracias, pertenencia, inclusión y exclusión. Actos humanos. Libertad. Responsabilidad. Las virtudes. Posturas contemporáneas.

Problemas de especial interés: el juicio moral en el niño. Valores en el mundo contemporáneo. Definición de Deontología Profesional: Ética y Estética. Deontología profesional. Relación con el perfil profesional. Trabajo y profesión como medio de perfeccionamiento personal y de servicio social. Requisitos para el recto ejercicio de la profesión. Valores y vocación. La ética en la empresa.

Psicología de la comunicación

Conceptos de psicología y comunicación. Paradigma. Modelos. Teoría. Presupuestos del conocimientos científico. Conductismo: clásico y operante. Diferencias. Conceptos principales. Exponentes fundamentales. Relación comunicación – conductismo. Psicoanálisis: concepto de inconsciente. Tópicos. Mecanismos de adaptación. Etapas de desarrollo psicosexual. Relación comunicación – psicoanálisis. Estructuralismo genético: Jean Piaget, sus contribuciones más importantes. Método psicogenético. Adaptación, asimilación acomodación, equilibrio. El lenguaje y las operaciones intelectuales. Relación comunicación – estructuralismo. Gestalt: Postulados clásicos. Características de la buena organización perceptual. Principios y leyes. Relación comunicación – Gestalt. Pragmática de la comunicación. Bases de la pragmática. Teoría general de los sistemas. Teoría de los tipos lógicos. Teoría de los grupos de Galois. Axiomas de la comunicación. Trastornos de la comunicación.

Informática aplicada al Diseño

El Diseño multimedial. Conceptos básicos. Pautas generales en la elaboración de un diseño: la imagen por sobre el texto escrito. "El decálogo del buen diseñador". Recursos básicos de diseño de páginas Web. Software de edición de imágenes digitales y vectores. Software para animaciones.

Arte, Cultura y Estética Contemporánea

Definición de arte y el proceso de creación artística. Historicidad y cosmovisiones de época: antigüedad, medioevo, modernidad, contemporaneidad. La estética en la historia. El hecho estético. La producción estética entre el hacer y el saber. Las funciones sociales del arte. La autonomización históricamente progresiva del campo artístico. Producción, circulación y consumo del arte. La crítica de arte. Las vanguardias artísticas y la utopía del arte para la vida y el arte como transformador de la realidad. La estética como campo de significaciones sociales y políticas en disputa. El postmodernismo. La estética en el diseño, la publicidad y la valorización de mercancías y servicios. La estética de rituales, códigos y consumos culturales.

Lenguaje Audiovisual

Composición. Los elementos de la imagen. Definición. Principios compositivos. Equilibrio estático y equilibrio dinámico. Fines y funciones de la composición. El peso visual. Espacio y tiempo cinematográficos. Plano, toma, escena, secuencia. La noción de encuadre. El sonido. Ventajas. La banda sonora. Voz humana: diálogos y voz en off. Música. Efectos sonoros. Silencio. Los planos sonoros. Usos expresivos del sonido. El lenguaje audiovisual. La narrativa cinematográfica. Introducción a la narrativa. Fundamentos psicológicos. Definición. Estilo Naturalista o clásico y Estilo formalista o rupturista. El ritmo.

Cultura y Medios de Comunicación

Comunicación humana. Rol de los medios masivos en el proceso de construcción socio – cultural. La “postmodernidad” y la cultura contemporánea. “Globalización, transnacionalización, regionalización”: Procesos de desarrollo sociocultural: definición conceptual y posiciones críticas. Redefinición del espacio público en el nuevo siglo: ciudadanos y consumidores. Lo “local” y lo “global” como eje de redefinición de alineamientos y tensiones socioculturales. Los ambientes socioculturales rural y urbano. La integración en bloques regionales y el rastreo de una perspectiva latinoamericana. El conocimiento en la "sociedad de la información": El lugar del conocimiento en las nuevas modalidades de producción y de trabajo en red. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs). Los diferentes espacios sociales del conocimiento: el conocimiento científico-académico, el sistema educativo, el sentido común. La vuelta al Receptor .. Tecnologías de la información y revolución sociocultural: “tecnófobos” y “tecnófilos”.

Taller I: Diseño Grafico

Diseño Gráfico y área proyectual. La comunicación visual. El mensaje gráfico. Categorías. La función y responsabilidad del diseñador gráfico. Áreas de la práctica profesional. El Signo Gráfico. Abstracción y síntesis. Forma - Función. Signo, Símbolo. Icono. La Pieza Gráfica - Estructura. La Gestalt. La Sintaxis Visual. Equilibrio y Tensión. Niveles de Lectura. Denotación - Connotación. El Lenguaje Gráfico Comunicacional. Lenguajes y Técnicas Visuales. Punto, Línea y Plano. La Comunicación Gráfica Diseñada: Partido Conceptual y Partido Gráfico. Legibilidad. Identidad Visual. Marca: Logotipo, Isotipo e Isologotipo. Tipografía. Sistema. Sistema de Identidad Visual Gráfico de Baja Complejidad. Género Discursivo: Enunciado. Estructura, temática y estilo. Tipologías. Editorial: Doble página. Tipografía. Familias, variables. Los componentes editoriales. Formatos. Caja y grilla tipográfica. Ajustes tipográficos. Retórica: Signo. Significante / significado. Denotación / connotación. Polisemia de la imagen. El mensaje visual y el mensaje lingüístico. Texto como anclaje. Operaciones y figuras retóricas. Argumentación. Estrategia. Elaboración y diseño de afiches, la postal, las tapas y las portadas de discos, y cassettes, normas y formatos. Sistema. Constantes y variables. Abierto / cerrado. De alta / baja complejidad. Atributos de identidad. Imagen Institucional: Realidad, identidad, comunicación, imagen. Estrategia comunicacional. Discurso visual. Marca, isotipo, logotipo. Sistema de identidad. Producto: Concepto de producto. Utilidad del producto. Semiosis de la construcción gráfico-visual-tridimensional. La gráfica y el volumen. Valores ergonómicos. El color y la forma. Resoluciones formales. Concepto de sistema, línea de productos. Etiquetería. Sistemas de aplicación. Requisitos legales. Código de barras. El pack industrial. Tipologías. Reproducción de un envase. Moldeo. Pasado del positivo. Vaciado del material. Tecnología del vidrio y soplado. Troqueles, trazados y punteados. Sistemas de envasamiento. Materiales, sus funciones. Variables de contención, apilamiento, seguridad y mantenimiento de la temperatura del producto. Relaciones con la ecología y el medio ambiente. Sistemas de impresión.

Dibujo Técnico

Trazados geométricos: Trazados en el plano: ángulos en la circunferencia, arco capaz. Proporcionalidad y semejanza: escalas normalizadas, triángulo universal de escalas y de escalas transversales. Polígonos: construcción de triángulos, aplicación del arco capaz. Construcción de polígonos regulares a partir del lado. Potencia. Transformaciones geométricas: la homología, la afinidad y la inversión. Tangencias: aplicación de los conceptos de potencia e inversión. Curvas cónicas y técnicas. Sistemas de representación: Sistema diédrico: abatimientos, giros y cambios de plano. Verdaderas magnitudes e intersecciones. Representación de formas poliédricas y de revolución. Representación de poliedros regulares. Obtención de intersecciones con rectas y planos. Obtención de desarrollos. Sistema axonométrico ortogonal y oblicuo: fundamentos, proyecciones, coeficientes de reducción. Obtención de intersecciones y verdaderas magnitudes. Representación de figuras poliédricas y de revolución. Sistema cónico: fundamentos y elementos del sistema. Perspectiva central y oblicua. Representación del punto, recta y plano. Obtención de intersecciones. Análisis de la elección del punto de vista en la perspectiva cónica. Normalización: Análisis y exposición de las normas referentes al dibujo técnico. Principios de representación: posición y denominación de las vistas en el sistema europeo y americano. Elección de las vistas y vistas particulares. Principios y normas generales de acotación en el dibujo industrial y en el dibujo de arquitectura y construcción.

Publicidad y Propaganda

Definición de publicidad. Características. Ámbito. Historia y antecedentes de la publicidad moderna. Orígenes y desarrollo. Funciones de la publicidad. Ventajas y desventajas de la publicidad. Aspectos sociales y éticos de la publicidad. Manipulación. Comunicación y comunicación publicitaria. Otras técnicas de comunicación publicitaria. Objetivo publicitario. Publicidad y marketing. Comunicación de marketing, mix de marketing o comunicación estratégica. Publicidad y propaganda. Patrocinio y mecenazgo. Promoción. La personalización de los mensajes y las campañas institucionales. Elementos de la publicidad: anunciante, agencias, medios masivos y público consumidor. Producto, las marcas, imagen, personalidad, posicionamiento. Mensaje publicitario. Tipo de publicidad, etapa del producto, objetivo y estrategia. La agencia de publicidad: organización departamental y planificación publicitaria. La propaganda política. La campaña electoral. El papel de la televisión. El desarrollo de la marca. Brief. Etapas de un proyecto de investigación. la entrevista. Prueba de productos. Investigación de productos nuevos, de publicidad y del posicionamiento del producto. Pruebas de packaging.

Semiótica de la Imagen

De la Lingüística a la Semiótica. El signo lingüístico y el signo semiótico. Mensajes, signos y "realidad(es)". Códigos y sistemas. Clasificación de los signos semióticos. Lenguaje y lengua. Lengua y habla. La significación. El valor. Relaciones paradigmáticas y sintagmáticas. La competencia lingüística y comunicativa. Texto y contexto. Texto y discurso. Los discursos sociales: géneros y formaciones discursivas. Polifonía e intertextualidad. Habla directa y habla indirecta. La enunciación: deícticos y modalidades. Performatividad y cooperación. El modelo (lingüístico) de comunicación inferencial: estrategias y supuestos.

Habla literal y habla figurada. Implicatura y presuposición. El significado intencional. Relevancia. Estructuras narrativas y argumentativas. La discursividad híbrida de la cultura de masas: la combinación de palabra e imagen; la trasposición de géneros; la crisis de la referencialidad y la opacidad del signo. El signo icónico: elementos para una semiótica visual. Las semiosis mediáticas y la mixtura verbalidad-iconicidad: prensa, historieta, fotografía, cine, televisión, publicidad, diseño gráfico, graffiti e iconósferas urbanas. La semiótica de Greimas y el análisis de la narratividad mediática. La semiótica de Roland Barthes y el estudio de las mitologías de la vida cotidiana. La semiótica de la cultura de Iuri M. Lotman. Semióticas de los Medios de Comunicación Masiva.

Percepción Visual

La imaginación. Diferencias entre imaginación y creatividad. La creatividad. Indicadores de creatividad. La percepción: Principios perceptivos. Los lenguajes visuales: Funciones, tipos y elementos. Los lenguajes en el entorno. Análisis y reflexión de obras de arte, y de mensajes visuales. Interpretaciones plásticas de obras artísticas. Ritmos, series y redes modulares. Estampaciones y manchas. Reproducción e interpretación de objetos y paisajes de la realidad.

Tecnologías del Diseño

Relación entre proyecto y tecnología. Planificación. Proyecto y tecnología. Tipografía y tipometría. Familias y variables tipográficas. Marginación, interlineado. Sistemas tipométricos. Didot. Angloamericano. Unidades y equivalencias. Cálculo tipográfico. La imagen. Pluma. Tono continuo. Silueta. Combinaciones. Sobre impresión. Calado. Ventana. Ampliaciones y reducciones. Sistemas de reproducción. Técnicas de impresión: litografía, offset, huecograbado, serigrafía, flexografía. Soportes de impresión: papeles encapados y no encapados, dirección de la fibra, papel en bobina y en pliego. Otros soportes: cartón, vidrio, plásticos, metales, etc. Sistemas de preimpresión analógica y digital. Preparación de archivos para preimpresión. La luz. Fundamentos. Temperatura del color. Iluminación, fotómetro, fotocolorímetro. Filtros. Control de blanco. Sonido. Fundamentos; toma y reproducción; instrumentos; materiales sensibles. Sincronismo. Imagen, espacio y relato sonoro. Cine; fundamentos; imagen electrónica. Transmisión. Formatos y sistemas. Instrumentos y equipos. Audiovisual de imagen detenida. Introducción al montaje. Gráfica y espacio arquitectónico. Conceptos generales. Publicidad en vía pública. Nociones sobre normativas y disposiciones en el medio urbano. Nominaciones. Interiores. Macrografía de interiores. Señalizaciones, sistemas, stands, vidrieras. Nociones sobre soportes materiales y escalas de lectura. Madera, vidrio, cerámica, plásticos, metales. Técnicas: bidimensión y volumen. Color, aplicación. Volumen luminoso y volumen iluminado. Sistemas electrónicos.

Taller II: Diseño Interactivo y Multimedial

Clasificación de las afeas del diseño. Diseño interactivo, diseño multimedia y diseño visual. Conceptos. Objetivo del diseño. Características específicas del diseño interactivo: no linealidad. Concepto de Digital.. Interactividad. Diseño de interfase grafica de usuario. (GUI). Usuario. Concepto de Interfaz. Tipos: Simulación/directas. Clasificación de interactivos por género, cantidad y calidad de interacción requerida al usuario, acceso y/o posibilidad de modificar la información. Estructura de contenidos. Jerarquías. Hipertexto. Hipermedia. Estructuras de navegación. Usabilidad. Interactividad. Posibilidades multimediales. Perfil del diseñador multimedial. Relación entre tecnología, técnicas y diseño.

Diseño de multimedia. Tipografía, imagen en movimiento, sonido. La web. Internet 2.0 y 3.0. Los soportes y medios digitales, stands interactivos, etc. Diseño web y interactivo asistido por computadora. Proceso de Diseño: Proceso de diseño. Etapas. Especificidad del diseño interactivo. Diseño de información. Diseño de interacción. Diseño de interface grafica. Introducción al User testing. (formas de evaluación de las interfaces respecto de los objetivos del diseño).

Diseño Tridimensional

La señal y su lectura: condiciones de lectura, producción y mantenimiento. Sistemas de señales y su generación: objetivos del sistema, la selección de tipografía y el diseño de pictogramas. El entorno físico y su influencia en la lectura: escala urbana, edificios, objetos, programas de computación, electrodomésticos, herramientas, vehículos, etc. Aplicación de arquigrafía y señalización. Maquetería: finalidades, realización a escala, materiales, etc. Bocetos y realización. Escenografías reales y virtuales. La inserción de la imagen en las escenografías virtuales. Stands promocionales: diseño de sistemas de armado.

Producción y Realización de Video y Sonido

Selección de un tema para una interfase multimedial. Desarrollo de una idea audiovisual. Concepto de Audio aplicados al lenguaje Multimedial. Grabación de Sonidos y paso a soporte Digital. Creación de una interfase sonora que comunique un concepto. Audio: Naturaleza del sonido. 2 Sistemas de registro y grabación. Función del sonido. Tipos de micrófonos. Digitalización. Formatos de Archivos de sonido. Filmscoring y apreciación Musical. Intencionalidad creativa a partir del audio. Video: Realización de VideoClip y Demo Reel. Tipos de guiones y herramientas de Previsualización. Edición Digital con Software de Adobe Premiere y After Effects. Utilización de formatos de imagen para la edición de Video. Conceptos técnicos de Rodaje de un producto audiovisual. Práctica de las distintas etapas para la realización de un videoclip (Pre-Producción, Producción y Rodaje y Post-Producción). Separación de cargos, tareas y responsabilidades en trabajos cinematográficos o de video. Composición e iluminación. Tecnología básica de audio: la cadena sonora. Relación señal / ruido. Señales analógicas y digitales. Micrófonos: funciones. Características. Diferentes tipos. Impedancia. Sistemas de conservación de audio, la grabación sonora, tecnología de la grabación de audio y las nuevas tecnologías de grabación. Ecualizadores, mezcladores. Reproducción de sonido, parlantes, potencia, mono-estéreo. Computación y producción sonora, edición, banco sonoro. Técnica de la grabación sonora: interiores y exteriores, la producción de audios. Producción y musicalización en video y televisión. El sonido en el cine.

Talleres Optativos I y II:

En la carrera se brinda al estudiante una visión general sobre la implementación de la comunicación visual en distintas áreas específicas.

Se plantea que durante el tercero y cuarto año de la carrera el estudiante pueda profundizar sus conocimientos y prácticas en las áreas que le hayan resultado de mayor interés. Para ello se sugiere la siguiente alternativa:

Durante el tercer y cuarto año se plantean talleres optativos, netamente prácticos de duración cuatrimestral aplicados a las siguientes áreas:

- Diseño Editorial
- Diseño de Productos y Envases
- Diseño de Identidad Institucional
- Diseño Multimedial
- Diseño y Arquitectura
- Taller de Fotografía

En estos talleres se desarrollaría un proyecto concreto a lo largo de todo el cuatrimestre vinculado al área seleccionada. El alumno debería cursar y aprobar al menos un taller cuatrimestral durante el 3° año de la carrera y un taller cuatrimestral durante el 4° año de la carrera.

Prácticas Profesionalizantes (Orientación Diseño y Comunicación Visual)

- Diseñar productos gráficos desde su origen y concepción hasta el producto final.
- Posicionar el producto mediante campañas publicitarias.
- Aplicar en instituciones pública y privadas conocimientos adquiridos.

Metodología de la Investigación

Nociones de conocimiento, ciencia e investigación. La objetividad en la ciencia. Ciencia, método y técnicas. La investigación científica. La investigación social. Perspectivas cualitativa y cuantitativa en la investigación. Etapas de la investigación. Formulación del problema y marco teórico. Elección y delimitación del tema. Determinación de los objetivos de estudio. Recolección de datos. Selección. Datos cualitativos y cuantitativos. Análisis e interpretación de los datos. Elaboración de informes.

Sociología de las Organizaciones

La organización. Interrelaciones entre organización y los individuos que la integran.. Relaciones de las organizaciones públicas y sociales con su entorno (entorno significativo – contexto general). Tipos de organizaciones. Las organizaciones públicas y sociales como actores de procesos transformadores. Posiciones y percepciones. Articulación y negociación entre los diferentes actores sociales. La comunicación. Poder y Negociación. Trabajo en equipo. Roles y Liderazgo. Procesos de comunicación.

Sociedad y Estado

Estado, Sociedad, Estado-Nación. Los Estado-Nación modernos. Estado de Bienestar. La Globalización. El rol social del Estado. El Estado en la conformación de la sociedad argentina. Las reformas del Estado. Ciudadanía y Espacio Público. La democracia y la construcción de ciudadanía. Lo público y lo privado en las sociedades modernas. Sociedad civil. Derechos civiles, sociales y culturales. Redefinición de estatal y nuevos modos de participación ciudadana. El rol de las organizaciones de la sociedad civil y el tercer sector.

Principios de Administración

Las Organizaciones: conceptos y definiciones. Identidad. El contexto. Objetivos organizacionales. La misión de las organizaciones. La Empresa. Gestión y Objetivos. La administración. El pensamiento en la administración: evolución de las ideas.

Distintas escuelas. El sistema administrativo. Modelos. La organización formal e informal. Rol y perfil del gerente. Configuración del sistema administración / dirección. El planeamiento. Técnicas y herramientas de planificación. Motivación y liderazgo. El proceso de comunicación. La ejecución. El control de gestión. Organización y estructura organizacional.

Recursos humanos

Gestión de los Recursos Humanos. Sistemas de personal. Función de Personal. Análisis de puestos. Selección y empleo. Capacitación y desarrollo. Evaluación. Administración de liquidación de sueldos. Administración de Recursos Humanos.

Gestión de la Comunicación Institucional

Acto comunicativo. Políticas institucionales y comunicacionales. Comunicación estratégica. Diagnósticos comunicacionales. Comunicación interna, interinstitucional y externa.

Administración financiera

Función financiera. Administración financiera. Decisiones de inversión. Análisis. Estrategias de planificación financiera. Administración Financiera del capital de trabajo. Administración financiera de tesorería. Fuentes de financiamiento.

Análisis de la Legislación Aplicable

Ley de Sociedades. Órganos de Control. Registros. Radicación y Fomento Industrial. Legislación Impositiva. Obras Públicas. Entidades Financieras. Defensa del Consumidor. Administración Financiera. Promoción de las Exportaciones. Pymes.

Derecho y Procedimiento Administrativo

El Derecho Administrativo. Concepto. Fuentes del Derecho Administrativo. Régimen legal aplicable. El acto administrativo. Requisitos esenciales del acto administrativo. El hecho administrativo. El contrato administrativo. El Estado Nacional, Provincial y Municipal. Distintas estructuras administrativas. El administrado y su relación con el poder administrador. Ley de Procedimiento Administrativo provincial. Estructura del Procedimiento Administrativo. Principios generales. Las partes. Notificaciones. Recursos.

Informática Aplicada

Sistemas informáticos en la gestión estatal. Distintos tipos. Operaciones que registran. Carga y procesamiento de los datos. Obtención de informes. Seguridad Informática. Inter conectividad entre organismos. Conceptos básicos de software libre.

Sistemas de Control de Gestión

Concepto de control de gestión y auditoría. Clases. Legislación Argentina. Auditoría. Etapas. Objetivos. Normativa. Planeamiento. Evidencias y procedimientos de auditoría. Riesgo de auditoría. Condiciones personales del auditor. Evaluación de las actividades de control. Papeles de trabajo. Informes del auditor. Tareas de una primera auditoría. Examen de los distintos componentes de los estados contables. Etapas finales del trabajo de auditoría. Auditoría en ambientes computarizados. Exámenes de informaciones proyectadas. Responsabilidad del auditor. Auditoría en las PyMES.

Gestión de Proyectos

Concepto de Proyecto. Proyecto económico. Proyecto social. Proyecto de inversión. Selección e Identificación de Proyectos. Proyecto: formulación, etapas, metodología. Evaluación económica del proyecto. Rentabilidad. Fuentes de financiamiento de proyectos.

Derecho Laboral

Trabajo Humano. Constitucionalismo. Contrato de Trabajo. Accidente de trabajo y enfermedad Laboral. Funcionamiento de las ART. Empresa Laboral. Asociaciones. Personería Jurídica. Aspectos cooperativos y Mutualistas. Procedimiento laboral: ley procesal laboral.

Prácticas Profesionalizantes (Orientación Administración de Empresas)

Este espacio constituye una aproximación progresiva al campo ocupacional, favoreciendo la integración y consolidación de los saberes. Los alumnos forman parte de situaciones reales de trabajo y problemáticas, que permiten tanto la identificación del objeto de la práctica profesional como la del conjunto de procesos técnicos, tecnológicos, científicos, culturales, sociales y jurídicos que se involucran en la diversidad de situaciones socioculturales y productivas.

Mapa Curricular de la Tecnicatura Superior en Informática con orientación en Administración de Empresas o en Diseño y Comunicación Visual

Espacios Curriculares comunes a ambas orientaciones						
Nº de Orden	Espacio Curricular	Año	Carga Horaria	Periodo	Correlativa	
					Cursada	Aprobada
1	Matemática	Primero	4	Primer Cuatrimestre	--	--
2	Inglés Técnico	Primero	4	Segundo Cuatrimestre	--	--
3	Estadística	Primero	4	Primer Cuatrimestre	--	--
4	Álgebra	Primero	4	Segundo Cuatrimestre	--	--
5	Tecnologías de la Información, la Comunicación y la Conectividad	Primero	4	Anual	--	--
6	Cultura y Medios de Comunicación	Segundo	3	Anual	5	--
7	Psicología de la Comunicación	Segundo	4	Primer Cuatrimestre	--	--
8	Ética y Deontología Profesional	Segundo	4	Primer Cuatrimestre	--	--
9	Marketing	Segundo	4	Primer Cuatrimestre	2	--
Espacios Curriculares específicos de la orientación Diseño y Comunicación Visual						
10	Informática Aplicada al Diseño	Segundo	4	Segundo Cuatrimestre	5	--
11	Lenguaje Audiovisual	Segundo	4	Segundo Cuatrimestre	5 - 9	--
12	Arte, Cultura y Estética Contemporánea	Segundo	4	Segundo Cuatrimestre	--	--
13	Taller I: Diseño Gráfico	Tercero	5	Anual	5 - 10	--
14	Dibujo Técnico	Tercero	4	Primer Cuatrimestre	10	--
15	Publicidad y Propaganda	Tercero	4	Segundo Cuatrimestre	6 - 11	--
16	Semiótica de la Imagen	Tercero	4	Primer Cuatrimestre	9	--
17	Percepción Visual	Tercero	4	Primer Cuatrimestre	5	--
18	Tecnologías del Diseño	Tercero	4	Anual	10	--
19	Taller Optativo I	Tercero	4	Segundo Cuatrimestre	--	--
20	Taller II: Diseño Interactivo y Multimedial	Cuarto	5	Anual	13	--
21	Diseño Tridimensional	Cuarto	4	Segundo Cuatrimestre	17	--
22	Producción y Realización de Video y Sonido	Cuarto	3	Anual	15	--
23	Taller Optativo II	Cuarto	4	Segundo Cuatrimestre	--	--
24	Prácticas Profesionalizantes	Cuarto	4	Segundo Cuatrimestre	13	20
Espacios Curriculares específicos de la orientación Administración de Empresas						
25	Principios de Administración	Segundo	5	Primer Cuatrimestre	1	--
26	Sociedad y Estado	Segundo	4	Segundo Cuatrimestre	6	--
27	Sociología de las Organizaciones	Segundo	4	Segundo Cuatrimestre	6	--
28	Gestión de la Comunicación Institucional	Segundo	4	Segundo Cuatrimestre	7	--
29	Informática Aplicada	Tercero	4	Primer Cuatrimestre	5	--
30	Recursos Humanos	Tercero	4	Primer Cuatrimestre	--	--
31	Administración Financiera	Tercero	4	Primer Cuatrimestre	25	--
32	Sistemas de Control de Gestión	Tercero	4	Primer Cuatrimestre	28	--
33	Derecho Laboral	Tercero	4	Primer Cuatrimestre	26	--
34	Metodología de la Investigación	Tercero	4	Segundo Cuatrimestre	--	--
35	Análisis de la Legislación Aplicable	Tercero	4	Segundo Cuatrimestre	--	--
36	Gestión de Proyectos	Tercero	4	Segundo Cuatrimestre	28	--
37	Derecho y Procedimiento Administrativo	Tercero	4	Segundo Cuatrimestre	33	--
38	Prácticas Profesionalizantes	Tercero	5	Segundo Cuatrimestre	27	27 - 37
Carga Horaria Total de la Tecnicatura Superior en Informática con orientación en Administración de Empresas					1600	
Carga Horaria Total de la Tecnicatura Superior en Informática con orientación en Diseño y Comunicación Visual					1920	