



DISEÑO CURRICULAR JURISDICCIONAL  
***Tecnicatura Superior en Relaciones Públicas***

**Año 2015**

---

**AUTORIDADES PROVINCIA DE RIO NEGRO**

---

**GOBERNADOR**

Alberto WERETILNECK

**MINISTRA DE EDUCACIÓN**

Mónica Esther SILVA

**SECRETARIO DE EDUCACIÓN**

Juan Carlos URIARTE

**DIRECTORA DE PLANEAMIENTO, EDUCACIÓN SUPERIOR Y FORMACIÓN**

María de las Mercedes JARA TRACCHIA

---

---

### **EQUIPO JURISDICCIONAL**

---

María de las Mercedes JARA TRACCHIA

Nadia MORONI

Mario TORRES

#### **Responsables curricular del campo disciplinar**

Fundación CIED: Lic. Graciela Elsa Navarro y A.S. Juan Manuel Messina

#### **Edición**

Anahí ALDER

#### **Diseño y Diagramación**

Paula TORTAROLO

---

### **EQUIPO INSTITUCIONAL**

---

#### **Instituto de Educación Superior Capacitas Innovaciones Educativas**

**Rectora:** Lic. Graciela Elsa Navarro

**Director Sede Bariloche:** Juan Manuel Messina

**Secretaria Académica:** Patricia Mabel Messina

---

# ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I. MARCO DE LA POLÍTICA EDUCATIVA PROVINCIAL Y NACIONAL PARA LA EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL</b>	<a href="#">Pág. 5</a>
1.1 La Educación Técnico Profesional en la Provincia de Río Negro. Antecedentes y nuevos contextos.	<a href="#">Pág. 5</a>
<b>CAPÍTULO II. FINALIDADES DE LA FORMACIÓN TÉCNICA EN LAS RELACIONES PÚBLICAS</b>	<a href="#">Pág. 7</a>
2.1 Las Relaciones Públicas, aproximaciones a su campo de estudio, conocimiento e impacto regional	<a href="#">Pág. 7</a>
2.2 Descripción de la Carrera	<a href="#">Pág. 7</a>
2.3 Identificación del Título	<a href="#">Pág. 8</a>
2.4 Denominación del Título	<a href="#">Pág. 8</a>
2.5 Duración de la Carrera	<a href="#">Pág. 8</a>
2.6 Carga horaria de la Carrera	<a href="#">Pág. 8</a>
2.7 Objetivos de la Carrera	<a href="#">Pág. 8</a>
2.8 Campo Ocupacional	<a href="#">Pág. 8</a>
2.9 Perfil del Egresado	<a href="#">Pág. 9</a>
2.10 Condiciones de ingreso	<a href="#">Pág. 10</a>
<b>CAPÍTULO III. FUNDAMENTOS PEDAGÓGICOS DE LA PROPUESTA CURRICULAR.</b>	<a href="#">Pág. 12</a>
3.1 Acerca del Currículum el conocimiento, la enseñanza y el aprendizaje.	<a href="#">Pág. 12</a>
3.2 Consideraciones Metodológicas	<a href="#">Pág. 13</a>
3.3 Acerca de la Evaluación	<a href="#">Pág. 14</a>
<b>CAPÍTULO IV. ORGANIZACIÓN CURRICULAR</b>	<a href="#">Pág. 15</a>
4.1 Definición y caracterización de los campos de formación y sus relaciones.	<a href="#">Pág. 15</a>
4.2 Carga horaria por Campo	<a href="#">Pág. 15</a>
4.3 Definición de los Formatos Curriculares que integran la propuesta	<a href="#">Pág. 16</a>
<b>CAPÍTULO V. ESTRUCTURA CURRICULAR</b>	<a href="#">Pág. 18</a>
5.1 Mapa Curricular	<a href="#">Pág. 18</a>
<b>CAPÍTULO VI. UNIDADES CURRICULARES</b>	<a href="#">Pág. 19</a>
6.1 Presentación de las Unidades Curriculares. Componentes Básicos	<a href="#">Pág. 19</a>
<b>6.2 CAMPO DE LA FORMACIÓN GENERAL</b>	<a href="#">Pág. 19</a>
<b>6.2.1 PRIMER AÑO</b>	<a href="#">Pág. 19</a>
6.2.1.1 Administración	<a href="#">Pág. 19</a>
6.2.1.2 Comunicación Oral y Escrita	<a href="#">Pág. 20</a>
<b>6.2.2 SEGUNDO AÑO</b>	<a href="#">Pág. 20</a>
6.2.2.1 Derecho Empresario	<a href="#">Pág. 20</a>
6.2.2.2 Responsabilidad Social Empresaria	<a href="#">Pág. 21</a>
<b>6.3 CAMPO DE LA FORMACIÓN DE FUNDAMENTO</b>	<a href="#">Pág. 22</a>
<b>6.3.1 PRIMER AÑO</b>	<a href="#">Pág. 22</a>
6.3.1.1 Psicología Social	<a href="#">Pág. 22</a>

6.3.1.2 Gestión de los Recursos Humanos	<a href="#">Pág. 22</a>
6.3.1.3 Lenguas Extranjeras I	<a href="#">Pág. 23</a>
<b>6.3.2 SEGUNDO AÑO</b>	<a href="#">Pág. 23</a>
6.3.2.1 Psicología Organizacional	<a href="#">Pág. 23</a>
6.3.2.2 Lenguas Extranjeras II	<a href="#">Pág. 24</a>
<b>6.3.3 TERCER AÑO</b>	<a href="#">Pág. 24</a>
6.3.3.1 Herramientas de Estadística	<a href="#">Pág. 24</a>
6.3.3.2 Lenguas Extranjeras III	<a href="#">Pág. 25</a>
<b>6.4 CAMPO DE LA FORMACIÓN ESPECÍFICA</b>	<a href="#">Pág. 26</a>
<b>6.4.1 PRIMER AÑO</b>	<a href="#">Pág. 26</a>
6.4.1.1 Ceremonial y Protocolo Público	<a href="#">Pág. 26</a>
6.4.1.2 Relaciones Públicas e Institucionales I	<a href="#">Pág. 26</a>
6.4.1.3 Ceremonial y Protocolo Privado	<a href="#">Pág. 27</a>
6.4.1.4 Organización de Eventos	<a href="#">Pág. 27</a>
<b>6.4.2 SEGUNDO AÑO</b>	<a href="#">Pág. 28</a>
6.4.2.1 Comunicación Social	<a href="#">Pág. 28</a>
6.4.2.2 Introducción a la Publicidad	<a href="#">Pág. 29</a>
6.4.2.3 Sociología General	<a href="#">Pág. 29</a>
6.4.2.4 Oratoria	<a href="#">Pág. 30</a>
6.4.2.5 Relaciones Públicas e Institucionales II	<a href="#">Pág. 30</a>
6.4.2.6 Comunicación Organizacional	<a href="#">Pág. 31</a>
<b>6.4.3 TERCER AÑO</b>	<a href="#">Pág. 31</a>
6.4.3.1 Planificación de la Relaciones Públicas	<a href="#">Pág. 31</a>
6.4.3.2 Gestión de Prensa	<a href="#">Pág. 32</a>
6.4.3.3 Comunicación Visual	<a href="#">Pág. 33</a>
6.4.3.4 Opinión Pública	<a href="#">Pág. 34</a>
6.4.3.5 Investigación de Mercado	<a href="#">Pág. 34</a>
<b>6.4.4 Espacios de Definición Institucional - EDIs</b>	<a href="#">Pág. 35</a>
<b>6.5 CAMPO DE LA FORMACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE</b>	<a href="#">Pág. 35</a>
<b>6.5.1 PRIMER AÑO</b>	<a href="#">Pág. 37</a>
6.5.1.1 Práctica Profesionalizante I	<a href="#">Pág. 37</a>
<b>6.5.2 SEGUNDO AÑO</b>	<a href="#">Pág. 38</a>
6.5.2.1 Práctica Profesionalizante II	<a href="#">Pág. 38</a>
<b>6.5.3 TERCER AÑO</b>	<a href="#">Pág. 38</a>
6.5.3.1 Práctica Profesionalizante III	<a href="#">Pág. 38</a>
6.5.3.2 Proyecto de Trabajo Final – Tesina	<a href="#">Pág. 39</a>
<b>VII. BIBLIOGRAFÍA GENERAL</b>	<a href="#">Pág. 40</a>

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO DE LA POLÍTICA EDUCATIVA PROVINCIAL Y NACIONAL PARA LA EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL.

### 1.1 La Educación Técnico Profesional en la Provincia de Río Negro. Antecedentes nuevos contextos.

La Ley de Educación Nacional N° 26.206 define el Sistema Educativo Nacional en cuatro niveles –Educación Inicial, Educación Primaria, Educación Secundaria y Educación Superior– y ocho modalidades, entre las cuales se ubica como tal la Educación Técnico Profesional. Esta última se rige por las disposiciones de la Ley de Educación Técnico Profesional N° 26.058 siendo la Educación Secundaria y la Educación Superior las responsables de la formación de Técnicos Secundarios y Técnicos Superiores en áreas ocupacionales específicas y de la Formación Profesional.

En el ámbito provincial la sanción de la Ley Orgánica de Educación F N° 4.819, establece en el Título 4, Cap. III, Art. 45, inc. b) “La habilitación de mecanismos administrativos e institucionales que permitan la elaboración de propuestas de formación de técnicos (...) superiores no universitarios como también de formación profesional en las diferentes áreas de la producción y los servicios, de acuerdo a las necesidades y potencialidades de desarrollo de cada región de la provincia”.

Toda Educación Técnico Profesional en el Nivel Superior tiene la intencionalidad de diseñar itinerarios profesionalizantes que permitan iniciar o continuar procesos formativos sistemáticos en diferentes áreas ocupacionales.

El ámbito y el nivel de la Educación Superior se caracteriza por los rasgos peculiares de sus instituciones. Ellas deben no sólo desarrollar funciones relativas a la enseñanza sino también las concernientes a investigación, desarrollo, extensión, vinculación tecnológica, e innovación.

Dada la pluralidad de instituciones de Educación Superior que actualmente brindan, como parte de su oferta formativa la modalidad de Educación Técnico Profesional, se marca como orientación la progresiva especificidad de tales instituciones, de modo de asegurar las condiciones institucionales necesarias para que la expectativa señalada en el apartado anterior pueda concretarse.

En las últimas décadas, en la Provincia de Río Negro, se ha producido un incremento de propuestas formativas de Educación Superior Técnico Profesional que se implementan desde los Institutos Superiores, con anclaje territorial en diferentes puntos de la geografía provincial dando respuestas a las necesidades de formación e inserción laboral. La Ley Orgánica de Educación F N° 4.819, en su Art. 55 establece que: “Las instituciones que brindan Formación Profesional deben reflejar en su propuesta de formación una estrecha vinculación con el medio productivo local y regional en el cual se encuentran insertas para dar respuesta a las demandas de calificación en aquellos sectores con crecimiento sostenido”.

Estas instituciones han transitado diferentes contextos, en cuanto a sus inicios y desarrollo, destacándose las acciones destinadas a cubrir el territorio y satisfacer las demandas de

formación específica para el sector socio – productivo, promoviendo una adecuada diversificación, que atiende a las expectativas y requerimientos de la estructura productiva, aprovechando en forma integral los recursos humanos, incrementando las posibilidades de actualización y reconversión para los integrantes del sistema y sus egresados.

De este modo, identificamos momentos históricos vinculados a las primeras acciones, contándose con establecimientos que surgieron por medio de políticas nacionales (dependientes de la Ex DINEA), transfiriéndose luego al ámbito provincial; otros que surgieron a través de iniciativas locales (acuerdos interinstitucionales); aquellos que se originaron a partir de la reconversión institucional (establecimientos que constituían el sistema de formación Docente) y finalmente los establecimientos de creación reciente, que en muchos casos son propuestas ensambladas en los Institutos Superiores de Formación Docente.

Asimismo cabe destacar que conjuntamente con el ámbito de la educación estatal, hay un desarrollo de propuestas desde el sector privado cuya oferta educativa representa otra alternativa para la Educación Superior Técnico Profesional ligada a diferentes campos del conocimiento, orientadas a la enseñanza aplicada y su vinculación con el empleo y con particularidades asociadas al desarrollo económico y social.

## CAPÍTULO II

### 2. FINALIDADES DE LA FORMACIÓN TÉCNICA EN RELACIONES PÚBLICAS

#### 2.1 Las Relaciones Públicas, aproximaciones a su campo de estudio, conocimiento e impacto regional.

Podemos decir que las relaciones públicas tienen como campo de estudio las comunicaciones, ya que si bien el objetivo último de una campaña de comunicación puede ser vender un producto, o informar de un proyecto, su verdadero “corazón” es la de construir relaciones con el público interno o externo potencial. En la nueva era digital, las relaciones son más importantes que nunca. Los públicos no quieren ya que las organizaciones les vendan sus productos y servicios, sino que les comuniquen la mejor manera de utilizarlos, y los profesionales en relaciones públicas comprenden el funcionamiento de los canales de comunicación. Los mensajes de las organizaciones pueden permanecer inalterables a lo largo del tiempo, pero no así los canales, que cambian constantemente. Los profesionales en relaciones públicas, son un apoyo fundamental para adaptar los mensajes a las constantes modificaciones de los canales. Para mostrarse de cara al público, las organizaciones necesitan de portavoces y embajadores que representen la esencia de la compañía y transmitan confianza en sus comunicaciones. Una de las mayores ventajas de entablar relaciones con el público es averiguar qué funciona y qué no funciona en los productos y servicios que brindan las organizaciones. Las relaciones públicas ayudan a conectar con la voz del público.

La implementación de la carrera de Técnico Superior en Relaciones Públicas, pretende integrar elementos y estrategias que faciliten la aplicación de técnicas de comunicación hacia los públicos internos y externo. Debido a los canales comunicacionales existentes es necesario el dominio de la tecnología, de por lo menos un segundo y tercer idioma, así como de habilidades para el trabajo en equipos bajo un marco que le permita comprender el entorno turístico-natural y el devenir de los procesos.

La economía de la región, se mueve bajo un escenario que exige de las empresas no sólo brindar servicios de calidad, sino que éstas demuestren altos niveles de eficiencia en el uso de los recursos, tanto humanos, financieros como logísticos, lo cual le da una mayor dimensión a las empresas en el ámbito competitivo. El manejo y administración de empresas que estén inmersas en los procesos productivos de servicios turísticos, comerciales y de servicios, están sometidas a constantes cambios, con tendencia hacia una sociedad política y socialmente más organizada. Esto requiere de recursos humanos con capacidad creadora, dominio de la tecnología y sobre todo, un ejercicio profesional con apego a los principios éticos y morales de toda la sociedad.

#### 2.2 Descripción de la carrera

La misión de la Carrera de Relaciones Públicas reside en formar profesionales capacitados para promover la gestión de vínculos entre organizaciones o personas públicamente relevantes y los públicos -tanto internos como externos- de quienes dependen para su evolución. En tal sentido, la propuesta de formación se piensa sobre una práctica profesional que contribuya a desarrollar políticas, estrategias y tácticas comunicacionales en todo tipo de instituciones, tanto públicas, sociales, como privadas; de modo de favorecer la sustentabilidad de las organizaciones y, en consecuencia, promover el diálogo y los acuerdos a escala social.

Se pondrá énfasis a los criterios que buscan garantizar una formación suficiente y completa para cumplir con las competencias que demanda este profesional de la comunicación organizacional, y que a la vez pueda llevar adelante políticas sustentables de Responsabilidad Social Empresarial.

### **2.3 Identificación del título:**

- **Sector de la actividad socio-productiva:** Comunicación y Publicidad
- **Denominación del perfil profesional:** Relacionista Público
- **Familia Profesional:** Relaciones Públicas

### **2.4 Denominación del Título:**

- Técnico Superior en Relaciones Públicas

### **2.5 Duración de la carrera:**

3 años

### **2.6 Carga horaria total:**

1.888 horas

### **2.7 Objetivos de la carrera:**

El Plan de estudios de la Tecnicatura Superior en Relaciones Públicas, formará recursos humanos especializados para desempeñarse en las relaciones públicas a todo nivel, brindándoles a estos una amplia formación cultural y sensibilidad social en temas de comunicación organizacional, vinculados con la actualidad nacional e internacional, lo que le permitirá manejarse correctamente en su profesión, ante situaciones de crisis comunicacional, y podrán llevar adelante la comunicación organizacional en el contexto regional de organizaciones insertas en zonas y/o regiones turísticas, de producción y comerciales.

Por ello, el objetivo específico de la carrera, es formar profesionales que puedan lograr: desarrollar estrategias de Imagen Corporativa, contar con una sólida formación cultural y social, tener un buen manejo de situaciones de crisis comunicacional, satisfacer los requerimientos comunicacionales internos de las organizaciones, debe detectar anticipadamente los problemas, y cuando estos se presentan ser un "solucionador de conflictos", lograr una buena comunicación al interior de la empresa, mejorando su gestión, organización y coordinación, lo que redundará en un mejor servicio de atención a sus clientes, una mayor calidad en sus productos, y un reforzamiento de su credibilidad, validez y posicionamiento en el mercado.

### **2.8 Campo Ocupacional**

El egresado de esta tecnicatura, será capaz de evaluar y realizar las actividades necesarias para generar y proyectar la imagen que desee, sobre empresas, organizaciones, corporaciones,

instituciones, personalidades públicas, partidos políticos y organismos no gubernamentales que lo requieren y, de esta manera, consolidar las comunicaciones con todos los públicos con los que se tenga contacto. También, identificará las políticas y procedimientos de una organización con el fin de diseñar y ejecutar los programas de acción y comunicación, adecuados y estratégicos, para los objetivos de la propia organización. Se comunicará de manera adecuada, será culto y conocedor del entorno, sabiéndose expresar y comportar en cualquier situación o evento social, con un alto sentido ético y profesional.

El Relacionista Público será la voz y el lenguaje de las instituciones. Estará entrenado en el área de las relaciones interpersonales y es un estratega de las comunicaciones, con una visión integral de las distintas instituciones y que gobierna su comunicación organizacional.

Ámbito Laboral	Ámbito Profesional
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identificador de los problemas de comunicación de la organización interna, como la comunicación con sus públicos.</li> <li>▪ Optimizador de la comunicación, diseñando estrategias y acciones de comunicación.</li> <li>▪ Escritor de comunicados de prensa destinados a las autoridades, los medios de comunicación y al público en general sobre los planes o políticas de la empresa, los logros obtenidos u opiniones que la empresa quiera emitir.</li> <li>▪ Creador y director de actividades de recaudación de fondos realizadas por cuenta de organizaciones educacionales, humanitarias y otras organizaciones sin fines de lucro.</li> <li>▪ Desempeñarse en Agencias de la especialidad y equipos de asesores.</li> <li>▪ Trabajador independiente creando su propia agencia de consultoría y asesoramiento, desarrollando planes y estrategias para aquellas personas o empresas que están conscientes de la necesidad de manejar las relaciones con sus diversos públicos de manera efectiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Relacionista Público en distintas Organizaciones de todo tamaño, tipo y sector.</li> <li>▪ Comunicador Interno y Externo en Organizaciones privadas, públicas y no gubernamentales.</li> <li>▪ Comunicación con el periodismo</li> <li>▪ Planificación y organización de eventos de comunicación interna y externa.</li> <li>▪ Issues management (gestión de conflictos potenciales) incluyendo la Responsabilidad Social.</li> <li>▪ Comunicador de crisis y Brand PR.</li> <li>▪ Relaciones con la comunidad, comunicación digital, relaciones gubernamentales o comunicación financiera</li> </ul>

## 2.9 Perfil del Egresado

La formación académica construida durante la carrera permitirá que el Técnico Superior en Relaciones Públicas asuma responsabilidades directivas en torno al fenómeno de la comunicación relacional con públicos de todo tipo de organizaciones. A partir de esta noción, el graduado estará en condiciones de establecer políticas y estrategias vinculares entre las

organizaciones y su amplio mapa de stakeholders (públicos interesados), en un marco de complejidad expansiva que torna necesaria una constante validación del conocimiento y capacidad de análisis de la comunicación. En este sentido, será un profesional que sabrá distinguir los públicos relevantes de acuerdo con los distintos momentos organizativos, y las maneras de establecer los mejores vínculos con ellos en cada escenario, en pos de un beneficio tanto institucional como social.

El graduado tendrá por competencia llevar adelante las relaciones de la empresa con otras empresas, instituciones, el estado, usuarios o consumidores. Planificará las estrategias de relación, imagen y comunicación de la organización con el medio. Este graduado tiene una importante inserción en las organizaciones que no pueden realizar tareas marketing por ser monopólicos como el estado o empresas privatizadas. Estos profesionales están capacitados para diseñar programas de comunicación y relaciones públicas, coordinación de relaciones con la prensa y asesoran sobre cuestiones protocolares a nivel municipal, provincial, nacional, empresarial y social. Participan en presentaciones, conferencias, disertaciones y poseen interesantes conocimientos de cultura general en literatura, música, pintura, teatro, indumentaria y arquitectura.

Estará capacitado para desarrollar las competencias en:

**Medios:** Dominar los diversos aspectos de la redacción periodística, en sus variantes, prensa, radial y televisiva. Diseñar y realizar formatos para prensa, radio y televisión así como folletos trípticos y similares. Organizar y mantener archivos fotográficos, filmicos y de video.

**Imagen institucional:** Programar, organizar, ejecutar eventos de índole empresarial así como representar adecuadamente a la institución. Diseñar, organizar y mantener la imagen corporativa de organizaciones públicas y privadas. Conocer, participar en el diseño y actualización de medios interactivos que proyecten electrónicamente la imagen de la institución

**Asesoría:** Mantener y optimizar las relaciones entre públicos internos y externos. Realizar labores de muestreos y encuestas para conocer los estados de la opinión pública. Manejar y solucionar conflictos que surjan en el seno de la institución.

**Planificación y gerencia:** Prever y planificar contingencias de crisis que pudieran surgir en el entorno institucional. Realizar auditorías, balances sociales y planes estratégicos de comunicación que orienten el desempeño comunicacional de la institución en el mediano y largo plazo.

Las funciones propias de este perfil pueden diferenciarse según los grados de decisión, autonomía, responsabilidad, especificidad y la rutina de los roles que detentan en la organización.

## 2.10 Condiciones de Ingreso

Teniendo en cuenta el Reglamento Académico Marco de la Jurisdicción, Resolución N° 4077/14, en el mismo se establecen las siguientes condiciones:

- Artículo 5°: Ingreso.- A las instituciones de Educación Superior dependientes de la Provincia de Río Negro se ingresa de manera directa, atendiendo a la igualdad de oportunidades y la no discriminación.
- Artículo 6°: Inscripción.- Para inscribirse en una institución de Educación Superior es

necesario presentar la siguiente documentación:

- a) Solicitud de inscripción.
- b) Constancia de estudios secundarios completos, acreditados con la presentación del título en original y copia, o constancia de título en trámite o constancia de finalización de cursado del secundario con materias adeudadas.
- c) Fotocopia autenticada del documento de identidad (datos de identificación y domicilio).
- d) Partida de Nacimiento actualizada, original y copia autenticada.
- e) CUIL.

Esta documentación debe obrar en el legajo de cada estudiante al comenzar el ciclo lectivo. Por Secretaría de Estudiantes se realiza la carga de ingresantes en el sistema SAGE-LUA o sistema de administración de estudiantes equivalente, y se mantendrá actualizada la información respecto a su condición de regularidad y rendimiento académico.

# CAPÍTULO III

## 3. FUNDAMENTACIÓN PEDAGÓGICA DE LA PROPUESTA CURRICULAR

### 3.1 Acerca del Currículum: el conocimiento, la enseñanza y el aprendizaje.

La Educación Técnico- Profesional se constituye en un ámbito relevante de crecimiento y profesionalización en tiempos de avance científico-tecnológico. La formación de los profesionales se presenta como una necesidad. Esta modalidad establece una estrecha vinculación entre el campo educativo y el campo laboral y requiere de propuestas curriculares abiertas - flexibles en permanente actualización vinculadas con los contextos de actuación.

La Educación Técnico Profesional pretende una sólida formación teórico-práctica que incorpore el desarrollo de capacidades, destrezas en el manejo de la especificidad técnica para la que se forma y el aprendizaje de capacidades más integradoras que vinculen conocimientos con habilidades que apunten a la puesta en escena de herramientas de análisis en contextos, para la toma de decisiones. Esta visión intenta articular la formación de un profesional que aprenda no sólo aspectos instrumentales y técnicos sino contextuales frente a las demandas ocupacionales de la región. En este sentido la Ley de Educación Superior Nacional 24.521 en su Título II Capítulo 1 Artículo 3 explicita que :“ la educación superior tiene por finalidad proporcionar formación científica, profesional, humanística y técnica en el más alto nivel, contribuir a la preservación de la cultura nacional, promover la generación y desarrollo del conocimiento en todas sus formas, y desarrollar las actitudes y valores que requiere la formación de personas responsables, con conciencia ética y solidaria, reflexivas, críticas, capaces de mejorar la calidad de vida, consolidar el respeto al medio ambiente, a las instituciones de la República y a la vigencia del orden democrático”

En este sentido se estructuran los Diseños Curriculares para la Formación Técnico Profesional y para comprenderlo es necesario explicitar las concepciones de currículum, conocimiento, enseñanza y aprendizaje que orientan el modo que asume el proceso formativo.

Todo currículum explicita ideas, conocimientos, posiciones acerca del hombre, la cultura y la sociedad. Se presenta como representación y concreción de un proyecto político-social-cultural en el que se manifiestan las intencionalidades educativas. El currículum se considera una herramienta de profesionalización en el sentido de promover capacidades en los ciudadanos para lograr progresos personales, profesionales y sociales. El currículum se concibe aquí como: “la expresión de un proyecto político, pedagógico y cultural, escenario de conflictos entre múltiples intereses e intencionalidades, es un eslabón entre la teoría educativa y la práctica pedagógica, entre lo que se afirma que puede ser la educación y lo que finalmente es. Por eso debe ser concebido como un proceso que involucra la práctica pedagógica misma como uno de sus componentes básicos.”<sup>1</sup>

En el Currículum se seleccionan y sintetizan conocimientos que una sociedad define como válidos a ser transmitidos. Construidos y producidos socialmente que deben ser comprendidos en su carácter histórico y provisional. El conocimiento se presenta como un producto objetivado y contradictorio de procesos históricos sociales, culturales que son interpelados permanentemente por relaciones de poder.

En relación a los conocimientos a transmitir concebimos a la enseñanza como una práctica compleja que se sitúa en contextos configurados por múltiples dimensiones: institucionales,

---

<sup>1</sup> Diseño Curricular de la Formación Docente ( 1988)

pedagógicas, didácticas, éticas, políticas. Su particularidad está definida por su relación específica con los conocimientos y los contextos de prácticas donde se producen.

La enseñanza implica siempre un intento deliberado y con relativa sistematicidad de transmisión de conocimientos. Toda enseñanza al ser una acción deliberada no es neutral sino que siempre se evidencia como una actividad política. Como toda acción intencional involucra aspectos personales, sociales y contextuales. En este sentido los aportes de las teorías psicológicas y sociológicas que toman lo grupal y lo social como intervinientes en el aprendizaje son un aporte relevante.

La enseñanza es un campo de prácticas que articula distintos ámbitos de decisión; el político, ético, epistemológico, el técnico y el de los contextos específicos de enseñanza. El desarrollo de una enseñanza situada requiere incorporar la dialéctica permanente entre los conocimientos y su transferibilidad en el ámbito de acción, esto exige la incorporación de diversos abordajes metodológicos según los campos de conocimientos que se involucren.

La intervención en la enseñanza involucra la relación con un aprendiz con sus características y las particularidades del conocimiento a transmitir. El aprendizaje hace referencia a los procesos a través de los cuales se adquieren los conocimientos. La enseñanza influye en el aprendizaje desde la tarea de aprendizaje que realiza el propio estudiante. Las situaciones de enseñanza que se proponen promueven procesos de aprendizaje y construcción de significados por parte del estudiante. Planteamos una concepción de aprendizaje como proceso de construcción de conocimientos que promueven la transferencia y comprensión de los mismos en situaciones cotidianas. Ubica al estudiante como un sujeto activo intelectualmente con posibilidades de aprendizaje personal y formado a través de la mediación con otros.

### **3.2 Consideraciones Metodológicas**

El componente Metodológico requiere de la articulación entre el conocimiento como producción objetiva (lo epistemológico objetivo) y el conocimiento como problema de aprendizaje (lo epistemológico subjetivo) de este modo es concebido como un proceso de construcción. Lo metodológico implica tener en cuenta no solo la especificidad del contenido sino además una posición interrogativa frente a él necesaria para superar una postura instrumentalista y mecanicista en relación al método.

La construcción metodológica “se conforma a partir de la estructura conceptual (sintáctica y semántica) de la disciplina y la estructura cognitiva de los sujetos en situación de apropiarse de ella. Construcción de carácter singular que se genera en relación con un objeto de estudio particular y con sujetos particulares. Se construye casuísticamente en relación con el contexto (áulico, institucional, social y cultural)”<sup>2</sup>

Una propuesta de enseñanza es un acto particular y creativo “de articulación entre la lógica disciplinar, las posibilidades de apropiación de ésta por parte de los sujetos y las situaciones y los contextos particulares que constituyen los ámbitos donde ambas lógicas se entrecruzan.”<sup>3</sup>

La propuesta metodológica deberá enfocarse a propiciar la confianza y seguridad en los estudiantes promoviendo actitudes de escucha respeto y comprensión que favorezcan la constitución de su identidad como futuros profesionales.

---

<sup>2</sup> Edelstein, G. (1996): “Un capítulo pendiente: el método en el debate didáctico contemporáneo”. En: *Corrientes Didácticas Contemporáneas*. Buenos Aires: Paidós

<sup>3</sup> Edelstein, G. Op Cit.

### 3.3 Acerca de la Evaluación

Desde una racionalidad práctica y crítica, la evaluación constituye un campo conflictivo que nos involucra intersubjetivamente en tanto excede las cuestiones técnicas-pedagógicas por estar vinculada a cuestiones éticas, políticas, sociales e ideológicas. De allí la importancia de analizar y comprender los usos y sentidos de la evaluación, la finalidad que persigue, los intereses a los que responde y principios a los que adscribe.

Fernández Sierra<sup>4</sup> plantea que la evaluación condiciona y determina la vida académica dentro y fuera del aula, involucrando todos los estamentos educativos, desde el trabajo de estudiantes y profesores hasta las decisiones políticas de más alto nivel.

Todo proceso de evaluación responde a múltiples dimensiones: las características de la institución, los proyectos institucionales, los estilos de gestión, las propuestas editoriales y curriculares, las particularidades de los docentes y de los estudiantes, entre otros.

En tal sentido, concebimos la evaluación como una práctica democrática y participativa abierta a la interrogación, la problematización, la búsqueda de entendimiento, la producción de conocimiento y la emancipación de todos los sujetos involucrados.

“La evaluación aplicada a la enseñanza y el aprendizaje consiste en un proceso sistemático y riguroso de recogida de datos, incorporado al proceso educativo desde su comienzo, de manera que sea posible disponer de información continua y significativa para conocer la situación, formar juicios de valor con respecto a ella y tomar las decisiones adecuadas para proseguir la actividad educativa mejorándola progresivamente”<sup>5</sup>

Esto nos lleva a afirmar la necesidad de revisar la definición de evaluación que suele sostenerse en los ámbitos educativos y que sólo la ligan a la constatación de conocimientos aprendidos. La evaluación debe concebirse “desde su inclusión permanente y constante en nuestra cotidianeidad áulica y como una responsabilidad compartida”<sup>6</sup>

La evaluación como práctica de aprendizaje y de enseñanza promueve instancias de auto, co y heteroevaluación y no actividades instrumentales que generan medición y clasificación de los aprendizajes en los sujetos.

La evaluación como parte del proceso didáctico implica para los estudiantes una toma de conciencia de los aprendizajes adquiridos y, para los docentes, una interpretación de las implicancias de la enseñanza en esos aprendizajes. De este modo retroalimenta el proceso de enseñanza e informa a los estudiantes los progresos en sus aprendizajes. Será siempre formativa, motivadora, orientadora y al servicio de los protagonistas.

---

<sup>4</sup> Fernández Sierra, J. (1994). "Evaluación del Currículum: perspectivas curriculares y enfoques en su evaluación". En: Teoría del desarrollo del currículum. Málaga: Aljibe.

<sup>5</sup> Casanova, M. A. (1995). *Manual de evaluación educativa*. La Muralla, Madrid.

<sup>6</sup> Ministerio de Educación (2009). *Diseño Curricular para la Formación Docente de Nivel Primario*. Subsecretaría de Formación y Capacitación Docente – Dirección de Nivel Superior. Río Negro.

# CAPÍTULO IV

## 4. ORGANIZACIÓN CURRICULAR

### 4.1 Definición y caracterización de los campos de formación y sus relaciones.

El Plan de Estudios se organiza en torno a cuatro campos de formación establecidos por la Resolución CFE N°229/14.

#### **Formación General:**

Destinado a abordar los saberes que posibiliten la participación activa, reflexiva y crítica en los diversos ámbitos de la vida laboral y sociocultural, y el desarrollo de una actitud ética respecto del continuo cambio tecnológico y social.

#### **Formación de Fundamento:**

Destinado a abordar los saberes científico tecnológicos y socioculturales que otorgan sostén a los conocimientos, habilidades, destrezas, valores y actitudes propios del campo profesional en cuestión.

#### **Formación Específica:**

Dedicado a abordar los saberes propios de cada campo profesional, así como también la contextualización de los desarrollados en la Formación de Fundamento.

#### **Formación de la Práctica Profesionalizante:**

Destinado a posibilitar la integración y contrastación de los saberes construidos en la formación de los campos descriptos, y garantizar la articulación teoría-práctica en los procesos formativos a través del acercamiento de los estudiantes a situaciones reales de trabajo.

### 4.2 Carga horaria por campo (\*)

Campos de Formación	Porcentaje en Plan de Estudios	Porcentaje Actividades Teóricas	Porcentaje Actividades Prácticas Formativas	Total de horas de la Carrera: 1888 horas reloj.
<b>Formación General</b> (Porcentaje mínimo: 5%)	8%	75%	25%	
<b>Formación de Fundamento</b> (Porcentaje mínimo: 20%)	29%	65%	35%	
<b>Formación Específica</b> (Porcentaje mínimo: 45%)	51%	60%	40%	
<b>Prácticas Profesionalizantes</b> (Porcentaje mínimo: 10%)	12%	-----	100%	

(\*) Según lo establecido por la Resolución N°229/14 del Consejo Federal de Educación.

### 4.3 Definición de los Formatos Curriculares que integran la propuesta

**Unidades Curriculares.** Se entiende por “unidad curricular” a aquellas instancias curriculares que, adoptando distintas modalidades o formatos pedagógicos, forman parte constitutiva del plan, organizan la enseñanza y los distintos contenidos de la formación y deben ser acreditadas por los estudiantes. Las mismas se distribuyen de la siguiente manera:

- **Las Asignaturas** son unidades curriculares definidas por la enseñanza de marcos disciplinares o multidisciplinares y sus derivaciones metodológicas para la intervención educativa. Son de valor troncal para la formación y se caracterizan por brindar conocimientos, modos de pensamiento y modelos explicativos. Permiten el análisis de problemas, la investigación documental, la preparación de informes, el desarrollo de la comunicación oral y escrita y la aproximación a métodos de trabajo intelectual transferibles a la acción profesional. En cuanto al tiempo y ritmo, pueden adoptar la periodización anual o cuatrimestral, incluyendo su secuencia en cuatrimestres sucesivos.
- **El Trabajo de campo:** proponen un acercamiento real al contexto, a la cultura de la comunidad, a las instituciones y los sujetos en los que acontecen las experiencias de práctica. Los Trabajos de Campo constituyen espacios sistemáticos de trabajos de indagación en terreno e intervenciones en espacios acotados, desarrollo de micro experiencias, prácticas sistemáticas en contextos específicos y diversos.
- **Los Talleres** son unidades curriculares que promueven la resolución práctica de situaciones que requieren de un hacer creativo y reflexivo, poniendo en juego marcos conceptuales disponibles, también posibilita la búsqueda de otros marcos necesarios para orientar, resolver o interpretar los desafíos de la producción. Como modalidad pedagógica, el taller apunta al desarrollo de capacidades para el análisis de casos y de alternativas de acción, la toma de decisiones y la producción de soluciones e innovaciones. En este proceso, se estimula la capacidad de intercambio, la búsqueda de soluciones originales y la autonomía del grupo. Su organización es adaptable a los tiempos cuatrimestrales.
- **Los seminarios** son unidades que se organizan en torno a casos, problemas, temas o corrientes de pensamientos para cuyo análisis se requiere de una producción específica, la contraposición de enfoques, posiciones y debate. Implican instancias académicas de estudio de problemas relevantes para la formación profesional, a través de la reflexión crítica de las concepciones o supuestos previos sobre tales problemas, que los estudiantes tienen incorporados como resultado de su propia experiencia, para luego profundizar su comprensión a través de la lectura y el debate de materiales bibliográficos o de investigación. Estas unidades permiten el cuestionamiento del "pensamiento práctico" y ejercitan en el trabajo reflexivo y el manejo de literatura específica, como usuarios activos de la producción del conocimiento. Los seminarios se adaptan bien a la organización cuatrimestral, atendiendo a la necesidad de organizarlos por temas/ problemas. Asimismo estos espacios incluyen dispositivos que enriquecen el proceso formativo, como propuestas de opcionalidad académica que supondrán la articulación entre diferentes instituciones (sociales, académicas, políticas, etc.).
- **Conferencias y coloquios** conforman encuentros de aprendizaje con especialistas especialmente invitados, sobre temáticas relativas a los contenidos que se están desarrollando en los distintos cursos para resignificar, ampliar y profundizar los marcos interpretativos.
- **Seminarios de intercambio y debate de experiencias:** encuentros de presentación de experiencias, de informes de estudios de campo, de trabajos monográficos, posters, y otras modalidades, con debate de sus desarrollos y conclusiones con el propósito de

valorizar, producir, sistematizar y socializar conocimientos, investigaciones operativas llevadas a cabo por los estudiantes durante su proceso de formación.

- **Congresos, Jornadas, Talleres:** actividades académicas sistematizadas que organizadas por los Institutos Superiores u otro tipo de instituciones reconocidas permiten, aún antes del egreso, vincular a los estudiantes con el mundo técnico-profesional.

# CAPÍTULO V.

## 5. ESTRUCTURA CURRICULAR 5.1 Mapa curricular

Formación General		Formación de Fundamento		Formación Específica		Prácticas Profesionalizantes	
<b>PRIMER AÑO</b>							
Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre
Administración (Asig. 4hs/64hs)	-----	Psicología Social (Asig. 2hs/32hs)	Gestión de los Recursos Humanos (Asig. 4hs/64hs)	Ceremonial y Protocolo Público (Asig. 4hs/64hs)	Ceremonial y Protocolo Privado (Asig. 2hs/32hs)	-----	Práctica Profesionalizante I (4hs/64hs)
Comunicación Oral y Escrita (Asig. 2hs/32hs)		Lenguas Extranjeras I (4hs/128hs)		Relaciones Públicas e Institucionales I (Asig. 4hs/64hs)		Organización de Eventos (Asig. 4hs/64hs)	
				EDI (Espacio de definición institucional) (2hs/32hs)			
<b>SEGUNDO AÑO</b>							
Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre.	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre
Derecho Empresario (Asig. 2hs/32hs)	Responsabilidad Social Empresaria (Asig. 2hs/32hs)	-----	Psicología Organizacional (Asig. 2hs/32hs)	Comunicación Social (Asig. 4hs/64hs)	Relaciones Públicas e Institucionales II (Asig. 4hs/64hs)	-----	Práctica Profesionalizante II (4hs/64hs)
				Introducción a la Publicidad (Asig. 4hs/64hs)	Comunicación Organizacional (Asig. 2hs/32hs)		
		Lenguas Extranjeras II (4hs/128hs)		Sociología General (Asig. 2hs/32hs)	Oratoria (Asig. 4hs/64hs)		
				EDI (Espacio de definición institucional) (2hs/32hs)			
<b>TERCER AÑO</b>							
Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre
-----	-----	Herramientas de Estadística (Asig. 2hs/32hs)	-----	Planificación de las Relaciones Públicas (Asig. 4hs/64hs)	Opinión Pública (Asig. 4hs/64hs)	-----	Práctica Profesionalizante III (2hs/32hs)
				Gestión de Prensa (Asig. 4hs/64hs)	Investigación de Mercado (Asig. 4hs/64hs)		
		Lenguas Extranjeras III (Asig. 4hs/128hs)		Comunicación Visual (Asig. 4hs/64hs)		<b>Anual</b>	
				EDI (Espacio de definición institucional) (Asig. 2hs/32hs)		Proyecto de Trabajo Final TESINA (4hs/64hs)	
<b>Total horas Formación General: 160</b>		<b>Total horas Formación Fundamento: 544</b>		<b>Total horas Formación Específica: 960</b>		<b>Total horas Prácticas Profes.: 224</b>	
<b>TOTAL HORAS DE LA CARRERA: 1888</b>							

# CAPÍTULO VI

## 6. UNIDADES CURRICULARES

### 6.1 Unidades Curriculares. Componentes Básicos

En la presentación de las unidades curriculares se explicitan los siguientes componentes: formato, orientaciones para la selección de contenidos, y bibliografía.

- **Formatos.** Implican no solo un determinado modo de transmisión del conocimiento, sino también una forma particular de intervención en los modos de pensamiento, en las formas de indagación, en los hábitos que se construyen para definir la vinculación con un objeto de conocimiento. (Resolución CFE N° 24/07).
- **Finalidades formativas de una unidad curricular.** Las finalidades formativas de la unidad curricular son un componente del Encuadre Didáctico de los Diseños Curriculares Provinciales. Son un tipo particular de propósitos que refieren a aquellos saberes que los estudiantes deben acreditar al finalizar el curso y que están vinculados a las prácticas profesionalizantes.
- **Ejes de contenidos descriptores.** Adscribiendo a la concepción de los diseños curriculares como un “marco de organización y de actuación y no un esquema rígido de desarrollo”, el presente diseño curricular incorpora criterios de apertura y flexibilidad para que “el currículum en acción” adquiera una fluida dinámica, sin que sea una rígida e irreflexiva aplicación del diseño curricular o un requerimiento burocrático a ser evitado.”. En ese encuadre, se presentan los ejes de contenidos, concebidos como las nociones más generales y abarcadoras que constituirán la unidad curricular con la función de delimitar, definir y especificar los campos conceptuales que la integran.

### 6.2 CAMPO DE LA FORMACIÓN GENERAL.

#### 6.2.1 PRIMER AÑO

##### ▪ 6.2.1.1 Administración

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1º año 1º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

##### Finalidades formativas de la Unidad Curricular

El espacio brindara conocimientos iniciales sobre organización, administración y funcionamiento de las distintas estructuras organizacionales. Permitiendo ejecutar los modelos administrativos en los ámbitos organizacionales.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Introducción a la administración y estudio de la configuración de las organizaciones. Ciencias administrativas. Conceptos fundamentales. El proceso administrativo. Modelos organizacionales. Organizaciones y entorno, su influencia. Cultura y ética empresarial.

#### ▪ **6.2.1.2 Comunicación Oral y Escrita**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1º año 1º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 2 hs.

**Total de horas:** 32 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

El profesional tiene que aprender y aplicar determinadas técnicas expresivas con el fin de aumentar su competencia discursiva, desenvolverse adecuadamente en las distintas situaciones comunicativas, utilizar fuentes auxiliares para la construcción de textos y activar su conciencia lingüística en todas aquellas situaciones en las que deba desplegar sus conocimientos y habilidades expresivas.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Comunicación oral, la voz, pronunciación, entonación, modulación y vocalización. El sistema, la norma y el habla. Argumentación frente al público. El orador, el discurso, el canal, el público, el contexto.

Tipos de discursos: discurso informativo, discurso persuasivo, discurso de entretenimiento, discurso improvisado. Apoyos audiovisuales. Gramática castellana y reglas del idioma. Ortografía y uso de los signos de puntuación. Análisis sintáctico y semántico. Prosa narrativa y prosa argumentativa. Introducción a los géneros periodísticos.

## **6.2.2 SEGUNDO AÑO**

#### ▪ **6.2.2.1 Derecho Empresario**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2º año 1º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 2 hs.

**Total de horas:** 32 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Para el desarrollo de sus actividades, el técnico necesitará conocer los principales contenidos del Derecho Civil y Comercial; También deberá distinguir los distintos tipos de contratos civiles y comerciales, comprender el derecho en las situaciones que se le vayan presentando, conocer los distintos tipos societarios, y analizar la incidencia en la organización, de distintas normativas en curso.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Derecho: concepto y fuentes. Personas físicas y jurídicas. Derecho Comercial y Económico: Sujetos, Obligaciones y Contratos. Derecho de los consumidores. Sociedades comerciales y sin fines de lucro. Nuevas asociaciones. Sociedades Sociales.

#### ▪ **6.2.2.2 Responsabilidad Social Empresaria**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2º año 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 2 hs.

**Total de horas:** 32 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Se acercará al alumno a los conocimientos básicos, la implementación de los programas de Responsabilidad Social Empresaria con base en los códigos de ética, reportes de sustentabilidad y vinculación con la comunidad; y conocer las implicancias de formar parte de una empresa que quiera ser socialmente responsable.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Ética en las organizaciones. Ética y Sustentabilidad. Orígenes de la RSE. Principios fundamentales de la RSE según Pacto Global e ISO 26000. Comportamiento ético de la organización y proceso de toma de decisiones. Gobierno Corporativo: introducción, conceptos y la organización según la Norma ISO 26.000. Estrategia de RSE y la gestión de recursos humanos. Relaciones con la Comunidad e Inversión Social Privada (ISP). La relación con el Voluntariado. Comunicación de las acciones. Conceptos y definiciones básicas en la gestión ambiental. Principales indicadores de medición y evaluación de la RSE. Gestión de Proyectos de RSE: definiciones, tipologías de proyectos, componentes, implementación, control del proyecto y evaluación.

## **6.3 CAMPO DE LA FORMACIÓN DE FUNDAMENTO.**

### **6.3.1 PRIMER AÑO**

#### ▪ **6.3.1.1 Psicología Social**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1º año 1º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 2 hs.

**Total de horas:** 32 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Se enseñará a conocer y comprender las diferencias entre el sentido común y el conocimiento científico, a entender las características del conocimiento científico aplicado al ámbito de las ciencias sociales y psicológicas, a familiarizarse con los principales métodos de investigación y técnicas de intervención de la disciplina.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

El conocimiento científico y sentido común. Características de las Ciencias Sociales. La Psicología Social. Individuos y grupos. Liderazgo e influencia social. Comunicación e interacción simbólica. Principales conceptos metodológicos. Métodos de investigación en Psicología Social.

#### ▪ **6.3.1.2 Gestión de los Recursos Humanos**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1º año 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Conocer y comprender los diferentes enfoques de las funciones del personal a través de la historia, reconocer y aplicar las distintas funciones a desarrollar en una organización para administrar eficientemente los recursos humanos de la misma, planificar e implementar técnicas para un correcto diagnóstico situacional de los recursos humanos en las organizaciones, y valorar el Recurso Humano, dentro de las organizaciones como movilizador de las mismas.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Ubicación del área de Recursos Humanos dentro de la organización. La administración de Recursos Humanos. Las relaciones de trabajo y su entorno institucional. Procesos técnicos y sociales.

Selección de personal. Procesos de negociación y conflicto en el plano individual. Las relaciones laborales.

▪ **6.3.1.3 Lenguas Extranjeras I**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Anual

**Ubicación en el diseño curricular:** 1º año 1º y 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 128 hs.

**Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Adquirir conocimientos que le permita confiar en sus potencialidades de interacción al utilizar uno o dos idiomas extranjeros en la actividad profesional, en diversas situaciones comunicativas y soportes (escrito, audio y video). Lograr una comprensión escrita de diferentes textos simples y cotidianos y de pequeños relatos como ser mensajes de texto, mails o recordatorios.

**Ejes de contenidos. Descriptores**

Conocimiento inicial de la gramática de las lenguas extranjeras. Verbos simples en presente, pasado y futuro. Adjetivos y expresiones frecuentes. Personas primeros contactos: saludos, identificación personal y ubicación. Actividades dentro y fuera de una empresa u organización. Situaciones Imprevistas en la prestación de servicios de emergencias: enfermedades, farmacia, policía. Orientación en la ciudad. Empleos, profesiones, otras actividades laborales: curriculum, solicitud de empleo.

## **6.3.2 SEGUNDO AÑO**

▪ **6.3.2.1 Psicología Organizacional**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2º año 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 2 hs.

**Total de horas:** 32 hs.

**Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Los conocimientos que se enseñaran permitirán percibir a las organizaciones con nuevos enfoques, con una mayor apreciación de su complejidad, como rompecabezas que necesita ser

decodificado. Logrando que el profesional pueda funcionar y trabajar más efectivamente con los pares dentro de las organizaciones, valorar la importancia de una óptima comunicación hacia dentro y fuera de la organización, establecer relaciones entre organización, personas y grupos en el marco de una visión sistémica de las organizaciones.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Orígenes y evolución de la Psicología Organizacional. Conceptualizaciones: organización, personas y el contrato psicológico. Visión sistémica. Diferencias entre autoridad y poder. Cultura organizacional, sociedad y grupos. Definición de grupos y liderazgo. Tipos de grupos: informales y formales. Estrategias de resolución de problemas grupales. Implantación y transmisión de cultura a través de los grupos y los líderes. Comunicaciones eficaces. Cultura y comunicación. Grupos y comunicación. Adaptabilidad organizacional. El cambio organizacional y el desarrollo.

#### ▪ **6.3.2.2 Lenguas Extranjeras II**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Anual

**Ubicación en el diseño curricular:** 2º año – 1º y 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 128 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Adquirir conocimientos que le permita utilizar el idioma extranjero para poder entablar una comunicación directa con nativos de habla extranjera, hablando de temas diversos, tales como asesoramiento en la ciudad, informaciones de puntos turísticos y demás datos útiles. Lograr una comprensión escrita de diferentes textos complejos y cotidianos, como ser diálogos, textos expositivos y descriptivos y de relatos cortos como ser mensajes de texto, mails o recordatorios.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Conocimiento intermedio de la gramática de las lenguas extranjeras. Preposiciones y Adjetivos. Elaboración de textos complejos sobre el futuro. Verbos regulares e irregulares en el presente, pasado y futuro. Pesos y medidas. Introducción del tiempo verbal subjuntivo Pronombres. Cultura extranjera: vocabulario, frases populares, vestuario, productos, tipos de negocios, comidas, expresiones, manejo de pagos.

### **6.3.3 TERCER AÑO**

#### ▪ **6.3.3.1 Herramientas de Estadística**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 3º año 1º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 2 hs.

**Total de horas:** 32 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Dominar las herramientas adecuadas para analizar la información. Conocer las técnicas de recolectar, organizar y representar adecuada del conjunto de datos. Analizar, cotejar y controlar la información obtenida. Valorar la estadística como herramientas fundamentales en el ámbito profesional y en la toma de decisiones.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Estadística Descriptiva. Tipos de Variables. Representación. Medidas de tendencia central, intervalos, cantiles. Medidas de Dispersión. Otras características, asimetría y curtosis. Probabilidades. Definiciones. Ley de los grandes números. Probabilidad total, compuesta y condicional. Teorema de Bayes. Variable aleatoria. Esperanza Matemática. Variancia. Función de frecuencia y de distribución. Distribuciones: binomial, Poisson, normal. Uso de Tablas y de las herramientas de computación para el cálculo. Inferencia Estadística. Muestra. Universo, población. Muestreo. Estimadores. Test de Hipótesis. Diferentes casos. Ajuste, regresión y correlación. Criterio de mínimos cuadrados. Regresión lineal. Correlación. Coeficiente. Series Temporales. Tendencia. Cálculo de la tendencia. Componentes cíclicas y estacionales. Números índices: diferentes tipos y aplicaciones.

#### ▪ **6.3.3.2 Lenguas Extranjeras III**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Anual

**Ubicación en el diseño curricular:** 2º año 1º y 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 128 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Comprender una amplia variedad de textos extensos y con cierto nivel de exigencia, así como reconocer en ellos sentidos implícitos. Saber expresarse de forma fluida y espontánea sin muestras muy evidentes de esfuerzo para encontrar la expresión adecuada. Poder hacer un uso flexible y efectivo del idioma para fines sociales, académicos y profesionales. Producir textos claros, bien estructurados y detallados sobre temas de cierta complejidad, mostrando un uso correcto de los mecanismos de organización, articulación y cohesión del texto.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Comprensión auditiva: comprender de manera completa los mensajes transmitidos por los medios de comunicación y por teléfono. Comunicación oral: expresarse con facilidad y confianza. Garantizar la comunicación, cuando su comando lingüístico fuere insuficiente, a través del uso de estrategias comunicativas adecuadas. Hablar de negocios. Lectura: comprender el sentido global y detallado textos auténticos en el ámbito de la vida cotidiana y laboral. Publicidad, noticias,

instrucciones para uso de equipamiento e informes. Escritura: producir de forma satisfactoria textos relativamente complejos: anuncios, noticias, instrucciones, comentarios, informes y resúmenes.

## **6.4 CAMPO DE LA FORMACIÓN ESPECÍFICA**

### **6.4.1 PRIMER AÑO**

#### ▪ **6.4.1.1 Ceremonial y Protocolo Público**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1º año 1º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Aprender la organización y supervisión de actos y manifestaciones públicas. Reconocer las jerarquías nacionales o internacionales de quienes participan en actos públicos. Se podrán aplicar e interpretar las reglas de la heráldica y la vexilología para ubicar correctamente los símbolos durante el desarrollo de ceremonias. Se alcanzaran a conocer y aplicar las normas prácticas y costumbres protocolares, y explorar los requerimientos del ceremonial y el protocolo según el público destinatario.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Definiciones de protocolo, Ceremonial, Cortesía, Etiqueta. Las precedencias. Ceremonial de estado. Dirección General de Ceremonial. Los decretos de precedencias. Inicio de relaciones diplomáticas. Plácet o Agrément. Carta Credenciales. Relaciones consulares. Misión diplomática. Los símbolos oficiales de la Nación. El ceremonial de la bandera, del Escudo Nacional y del Himno Nacional. Condecoraciones. Condecoraciones argentinas. Ceremonial de los organismos internacionales: Organización de las Naciones Unidas. Organización de los Estados Americanos. Comunidad Europea. Mercado Común del Sur.

#### ▪ **6.4.1.2 Relaciones Públicas e Institucionales I**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1º año 1º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Comprender la importancia de las Relaciones Públicas en el contexto regional de la provincia. Manejar correctamente los distintos públicos con los que una organización interactúa. Planificar técnicas de relaciones públicas hacia dentro y fuera de las organizaciones. Comprender las técnicas de persuasión y opinión pública.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Definición de las relaciones públicas. El perfil profesional de las relaciones públicas. Incumbencias. Funciones básicas de las relaciones públicas. El proceso de las relaciones públicas. Públicos: concepto y clasificación. Las relaciones públicas como ciencia social. Diferenciación con otras disciplinas. Técnicas de investigación. Comunicación interna y externa.

#### ▪ **6.4.1.3 Ceremonial y Protocolo Privado**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1º año 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 2 hs.

**Total de horas:** 32 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

En esta asignatura se aprenderá a mantener vinculación con dependencias privadas según las normas del Protocolo. Ordenar las autoridades según las reglas de precedencia en los distintos ámbitos y situaciones. Armar mesas para las distintas ocasiones. Organizar comidas formales e informales, seleccionar vinos y menús apropiados. Asesorar en los aspectos referidos a la imagen personal y/o corporativa. Mantener contacto con los medios de prensa durante todas las etapas del desarrollo de los acontecimientos. Redactar comunicaciones institucionales internas y externas.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Ceremonial escrito: fórmulas usuales de cortesía, correspondencia, saluciones y condolencias, invitaciones, tarjetas. Mesas, comidas y recepciones: mesas, colocación de los comensales en las mesas, orden para servir, cambio de platos, ubicación de la vajilla y de los cubiertos, recepciones, desayuno de trabajo, vino de honor, ceremonia del té. La atención telefónica. La imagen. Las presentaciones. En el restaurant

#### ▪ **6.4.1.4 Organización de Eventos**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1º año 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Los eventos son un área muy importante dentro de las relaciones públicas, y por ello se enseñara a aplicar en situaciones reales, los procedimientos de la organización de un evento y logrando comprender las acciones que puedan perjudicar el resultado final de un evento. Para finalizar se enseñara como organizar acontecimientos sociales, empresarios, deportivos y académicos; sabiendo analizar las características particulares del cliente para la organización de un evento.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Evento: definición, características, clasificación y tipos. El organizador: perfil, responsabilidades y funciones. Interacción con el Ceremonial y Protocolo. Organización y planificación de eventos. Comunicación y difusión de eventos. Recursos de logística y humanos. Proveedores de eventos. Sedes. Los públicos. Etapas de la organización.

### **6.4.2 SEGUNDO AÑO**

#### ▪ **6.4.2.1 Comunicación Social**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2º año 1º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Utilizar las herramientas para lograr ser gestores de dinámicas comunicativas, con lo cual se comprenderán los fenómenos propios de la comunicación, llegando a conocer los diversos enfoques que sobre los procesos de comunicación existen para comprender la complejidad de la cultura. Desarrollando la capacidad de gestión y autogestión en la conformación de actores, procesos y medios de comunicación en organizaciones públicas y privadas.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Cultura y comunicación. La cultura y la comunicación en América Latina. Procesos socioculturales. Fenómenos actuales: globalización, hibridación. Identidad e interculturalidad. Cultura, Memoria e Identidad. Cultura, comunicación y política: el espacio público, crisis de representatividad. Las instituciones intermedias y las organizaciones no gubernamentales. Los elementos de la comunicación. Sociedad de masas y medios de comunicación. El modelo de Lasswell. La corriente empírico-experimental o de la persuasión. Estudios sobre el consumo de los medios de comunicación. La teoría funcionalista. La teoría crítica. La teoría culturalógica. La teoría

comunicativa.

▪ **6.4.2.2 Introducción a la Publicidad**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2º año 1º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

**Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Reconocer las etapas de vida de un producto y los mecanismos publicitarios, sus funcionamientos y objetivos. Aprender a analizar un brief. Entender el rol de cada área dentro de las agencias de publicidad.

**Ejes de contenidos. Descriptores**

Reseña. Comunicación publicitaria. Publicidad, propaganda, promoción, marketing directo. El proceso de comunicación. Diferencia entre publicidad y propaganda. Tipos de publicidad. El área de publicidad de la empresa. Selección de la agencia de publicidad. Determinación del presupuesto publicitario. Las relaciones medio – agencia y medio – anunciante.

▪ **6.4.2.3 Sociología General**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2º año 1º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 2 hs.

**Total de horas:** 32 hs.

**Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Comprender las características del conocimiento científico aplicado al ámbito de la sociología. Conocer los objetivos esenciales de la disciplina y sus principales temáticas. Lograr capacidad de reflexión sobre los cambios sociales y económicos recientes de las sociedades contemporáneas. Capacidad de conceptualización de la realidad social. Capacidad para comunicarse y transmitir las ideas y soluciones en el ámbito profesional con respeto a los valores en los que se apoya la democracia, la paz y la igualdad entre los ciudadanos

**Ejes de contenidos. Descriptores**

La naturaleza de la Sociología. La Sociología como ciencia. El desarrollo de la teoría sociológica

Estado histórico y actual. La labor de un sociólogo. Cultura y sociedad. Concepto de cultura. Sociedades en el mundo moderno. Persona social. Proceso de socialización. Interacción social y vida cotidiana. Microsociología. Macrosociología. Grupos y organizaciones. Instituciones sociales. Cambio social. Educación, comunicación y medios de comunicación.

#### ▪ **6.4.2.4 Oratoria**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2º año 1º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Ampliar el vocabulario profesional a utilizar. Experimentar los beneficios de la lectura crítica. Vencer obstáculos que limitan en la exposición frente al público. Brindar herramientas útiles para desarrollar una idea, elaborar un discurso, disertar, ofrecer servicios profesionales y realizar presentaciones de eventos. Incrementar el impacto de la primera impresión personal. Aprender a usar la improvisación como una herramienta personal y grupal.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

La expresión oral efectiva. Técnicas de persuasión. Obstáculos en la comunicación. La comunicación informativa en empresas. La comunicación persuasiva en empresas. Las reuniones grupales en empresas. La interpretación de la comunicación verbal ante la comunicación de públicos internos y externos. El lenguaje del cuerpo. Importancia del liderazgo para las comunicaciones verbales. Superación e interpretación de dificultades al enfrentar el micrófono y la cámara de televisión. Evaluación de actuaciones profesionales (comunicación verbal) frente a personas diferentes.

#### ▪ **6.4.2.5 Relaciones Públicas e Institucionales II**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2º año 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Comprender y valorar la importancia de la imagen corporativa, la identidad y la reputación como valor intangible de las empresas. Alcanzar los conocimientos y herramientas necesarias para la

realización de auditorías de imagen. Adquirir herramientas fundamentales para trabajar en la creación de la imagen de una organización. Identificar los elementos de la comunicación institucional y los componentes de la identidad institucional.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Relaciones públicas, publicidad institucional, prensa, marketing y lobbying. Planificación estratégica. Las RRPP como ciencia. Imagen institucional. Identidad y actitud en el orden corporativo. Elementos para el análisis de imagen. Construcción de la identidad individual y organizacional. Nociones de diplomacia.

#### ▪ **6.4.2.6 Comunicación Organizacional**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2º año 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 2 hs.

**Total de horas:** 32 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Mejorar el desarrollo de la propia competencia comunicativa. Valorar la importancia de la comunicación en el campo organizacional-institucional. Conocer el concepto y los tipos de identidad visual. Comprender y distinguir los distintos tipos de soportes de comunicación de la identidad de la organización. Comprender la importancia de la publicidad en una campaña institucional. Conocer la imagen organizacional: concepto y características. Diseñar y gestionar estrategias de comunicación interna y externa viables en consonancia con las necesidades y objetivos de las organizaciones.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Comunicaciones y organización. Los objetivos organizacionales y las necesidades de información y comunicación. Enfoques de la comunicación en el plano interpersonal. Comunicaciones y efectividad del management. El proceso de comunicación. Clima comunicacional. Tipos e importancia de las comunicaciones. Análisis de los medios de comunicación. El manejo de la comunicación en crisis. El vocero. Errores y barreras en las comunicaciones.

### **6.4.3 TERCER AÑO**

#### ▪ **6.4.3.1 Planificación de la Relaciones Públicas**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 3º año 1º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Lograr diseñar programas de comunicación en función de los diferentes medios de comunicación e información social e interpersonal. Poder adaptarse a los objetivos organizacionales. Gestionar el tiempo, con capacidad para la organización y temporalización de las tareas. Programar acciones concretas de comunicación, especialmente publicitarias y de las relaciones públicas, así como la medición de sus resultados. Comunicarse con fluidez y riqueza en el contexto profesional (de forma oral y escrita). Planificar y ejecutar investigaciones sobre comunicación, publicidad y relaciones públicas.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Introducción al planeamiento. El pensamiento estratégico. Determinación de objetivos: objetivos generales, particulares e intermedios. Características de los objetivos comunicacionales. Dinámica de grupos. El planeamiento: Calendarización de la actividad. Diagrama de Gantt. Pert o Método del camino crítico CPM. El Project. Análisis de los distintos modelos de planeamiento. Los competidores directos, los sustitutos, los competidores potenciales, los compradores, los proveedores. Distintos enfoques de la planificación: La dirección por objetivos. El plan de Relaciones Públicas. Plan anual y plan plurianual. La ejecución y evaluación del plan: las metas, los elementos y el objetivo. Análisis de los diferentes métodos de evaluación. Análisis de casos de planificación: lanzamientos de productos.

#### ▪ **6.4.3.2 Gestión de Prensa**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 3º Año – 1º Cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

La relación con los medios de comunicación, a través de los cuales las noticias llegan a los distintos públicos, es uno de los aspectos neurálgicos en la construcción de la imagen pública para cualquier tipo de emprendimiento, y también para personas que desarrollan todo tipo de actividades que, potencialmente, podrían tener impacto masivo. Para tener éxito en los vínculos con la prensa es necesario contar con una idea clara sobre sus intereses y los del público al que se dirige cada medio; y, además, diseñar, implementar y sostener en el tiempo una estrategia de prensa, herramienta estratégica también llamada en algunos países “publicity”, “comunicación institucional” y “relaciones públicas”. Sean capaces de reflexionar acerca de las potencialidades de

sus organizaciones para generar vínculos con medios de comunicación.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Qué es hacer prensa: tipos de medios, ¿cuándo algo es prensable?, tipos de comunicación masiva, cuándo hacer prensa. Cómo hacer prensa: elementos a analizar, establecer objetivos. Diseñar una estrategia de prensa y armar el plan de medios. Materiales necesarios para una campaña de prensa: cuándo un hecho es noticia, cómo escribir una gacetilla de prensa, cómo transmitir una noticia, cómo titular una gacetilla, el comunicado de prensa, el dossier de prensa, el valor de las imágenes

Cómo contactar a un medio de comunicación: cómo acercar sus noticias a los medios, Organización de una conferencia de prensa: cuándo es conveniente, y cuándo no, convocar una conferencia de prensa, paso a paso: todos los procesos necesarios para organizar una conferencia de prensa. Qué son y cómo aprovechar las ventajas de los blogs, qué es la Web 2.0 y las redes sociales, cómo trabajar la difusión en estos nuevos medios, cómo sacar provecho de las redes sociales.

#### ▪ **6.4.3.3 Comunicación Visual**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 3º año 1º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Conocer los alcances de los mensajes visuales, a analizarlos y así poder plasmar sus ideas con un fundamento teórico sustentable. Aprender sobre composición, formas, estructuras y los principales fundamentos del color y la tipografía. Reconocer las interrelaciones entre imagen y sociedad e imagen y tecnología. Comprender el funcionamiento de las variables que determinan la construcción de las imágenes. Analizar los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación visual

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

La comunicación visual: Los mensajes visuales. Niveles de interpretación: denotativo y connotativo. Aspectos de los mensajes visuales: semántico, sintáctico, morfológico y pragmático. El proceso de semiosis. El signo. Clasificación de los signos. La retórica de la imagen. La composición. Estructuras de los mensajes visuales. Equilibrio y tensión. Peso compositivo. Trama y textura: La trama como soporte estructural de la forma. La textura. Dimensiones de la textura. La forma. Punto, línea y plano. Formas básicas. Generación de formas complejas. La escala. El color. Clasificación. La armonía. Gammas armónicas. El signo tipográfico. Componentes, familias y variables. Identificadores visuales: Logotipos y símbolos. Capacidad semántica.

#### ▪ **6.4.3.4 Opinión Pública**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 3º año 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Conocer los significados de opiniones y públicos, y como se forma la opinión pública. Comprender como influye el poder y el intercambio en las relaciones sociales y en la formación de opiniones. Comprender el espacio social donde se forma la opinión pública. Analizar y comprender el fenómeno de las campañas electorales y del voto como fiel manifestación de la opinión pública. Comprender el lado de la oferta y la demanda de la opinión pública. Conocer para su posterior aplicación como se mide la opinión pública.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Opinión y público. La vida social: poder e intercambio. Actores individuales y colectivos. Lo público y lo privado. El espacio social y el poder. El individuo que opina. El lado de la demanda y de la oferta. El voto y las campañas electorales. Las encuestas. Las principales teorías de la Opinión Pública (Young, Newman, Habermas, entre otros)

#### ▪ **6.4.3.5 Investigación de Mercado**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 3º año 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Conocer la función de la investigación de mercados dentro de la empresa y en relación con los procesos de marketing. Comprender y desarrollar cada una de las fases del proceso de investigación de mercados. Diseñar una investigación primaria y proponer el trabajo de campo y de gabinete necesario para la investigación comercial, seleccionando las técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación de mercados más adecuadas. Diseñar cuestionarios para el trabajo de campo y la posterior tabulación de la información obtenida. Interpretar los datos obtenidos en relación a los objetivos iniciales, obteniendo las correspondientes conclusiones y recomendaciones. Elaboración del informe sobre la investigación comercial realizada.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Naturaleza y papel que desempeña la investigación de mercados. Sistemas de investigación de mercados. El negocio de la investigación de mercado. La decisión para llevar a cabo la investigación. Modelo de investigación y fuentes de información. Información secundaria. Fundamentos del muestreo. Muestreo aleatorio simple. Procedimientos más complejos de muestreo. Aspectos prácticos de muestreo. El proceso de la medición. Medición de actitudes. Mercadeo de prueba. Métodos de recopilación de información. Diseño de formas para la recopilación de información. Operaciones de campo. Procesamiento de la información. Análisis de información univariada. Análisis de información bivariada. Informe sobre los hallazgos de la información.

#### **6.4.4 Espacios de Definición Institucional – EDIs**

Este diseño incluye los EDI como unidades curriculares. Serán tres (3) de duración anual, con carga horaria de dos (2) horas reloj por semana. Se ubican en 1º, 2º y 3º año de la carrera.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Dentro de estos espacios se podrán dictar talleres, seminarios o conferencias tales como: Taller de desarrollo emprendedor; Comunicación Corporal; El Marketing Personal; Uso inicial del Idioma Portugués; La Comunicación No Verbal; Pensamiento Lógico; La comunicación en los Medios Digitales; entre otros.

### **6.5 CAMPO DE FORMACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE.**

#### **Finalidades formativas de las Unidades Curriculares**

*“Se entiende por prácticas profesionalizantes aquellas estrategias y actividades formativas que, como parte de la propuesta curricular, tienen como propósito que los estudiantes consoliden, integren y/o amplíen las capacidades y saberes que se corresponden con el perfil profesional en el que se están formando. Son organizadas y coordinadas por la institución educativa, se desarrollan dentro o fuera de tal institución y están referenciadas en situaciones de trabajo.*

*Las prácticas profesionalizantes propician una aproximación progresiva al campo ocupacional hacia el cual se orienta la formación y favorecen la integración y consolidación de los saberes a los cuales se refiere ese campo ocupacional, poniendo a los estudiantes en contacto con diferentes situaciones y problemáticas que permitan 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 que se relacionan con un posible desempeño profesional.”*

Las prácticas profesionalizantes se orientan a generar posibilidades para realizar experiencias formativas en distintos contextos y entornos de aprendizaje complementarios entre sí. En este sentido las prácticas pueden desarrollarse:

- En un ámbito exterior a la institución educativa.
- En un ámbito interior de la institución educativa.
- En ambos contextos al mismo tiempo.

**Ámbito Exterior:** En las prácticas profesionalizantes insertas en el mundo del trabajo, los estudiantes ejercitan y transfieren aprendizajes ya incorporados, y también aprenden nuevos contenidos o saberes propios del ejercicio profesional, que le corresponde al campo laboral específico. Asimismo se desarrollan relaciones interpersonales, horizontales y verticales propias de la organización.

**Ámbito Interior:** Cuando las prácticas profesionalizantes se dan en el contexto de la institución educativa, se orientan a la implementación de proyectos institucionales: productivo o tecnológico y/o actividades de extensión, respondiendo a necesidades de la comunidad. En este ámbito se destaca que los aprendizajes están encaminados por una concepción del trabajo, en tanto práctica social y cultural, en lugar de estar centrados en las particularidades de las funciones en un lugar de trabajo determinado.

Teniendo como referencia los ámbitos explicitados anteriormente, las prácticas profesionalizantes pueden implementarse mediante diferentes formatos, respetándose claramente los propósitos y objetivos planteados para su realización. En este sentido las prácticas profesionalizantes pueden estar comprendidas en:

- **Actividades en espacios reales de trabajo:** las mismas se desarrollan en instituciones y organismos, a través de los cuales se generan los mecanismos de articulación (convenios, actas acuerdos, etc.) que permiten la participación de los estudiantes en lugares y horarios definidos para tal fin.
- **Actividades de extensión:** diseñadas para satisfacer necesidades comunitarias. Las mismas podrán definirse y planificarse en función de relevamientos y demandas que se presenten en la institución, evaluándose la pertinencia de las mismas en función de los objetivos planteados.
- **Proyectos productivos de servicios:** están esbozadas para satisfacer demandas específicas de determinada producción de bienes o servicios, o también puede optarse por trabajar y fortalecer requerimientos propios del instituto. Éstos dispositivos constituyen una importante herramienta para vincular la educación y el trabajo, a partir de una formación que se centra en el aprender a emprender. De esta manera los estudiantes obtienen una capacitación técnica y estratégica que les amplía las posibilidades de participación futura en el mundo productivo. En este tipo de proyectos el aprender se logra a través de la producción concreta de un bien y/o servicio en el ámbito del establecimiento educativo, donde los estudiantes tienen la posibilidad de organizarse asumiendo diferentes roles y contando con el acompañamiento y seguimiento de los docentes.
- **Proyectos tecnológicos** orientados a la investigación, experimentación y desarrollo de procedimientos, bienes o servicios relevantes desde el punto de vista social y que introduzcan alguna mejora respecto de los existentes.

Cualquiera sea la tipología que adopten las prácticas profesionalizantes, las mismas deben respetar las siguientes condiciones para su implementación:

- Estar planificadas desde la institución educativa, monitoreadas y evaluadas por un docente o equipo docente especialmente designado a tal fin y una autoridad educativa, con participación activa de los estudiantes en su seguimiento.
- Estar integradas al proceso global de formación.
- Desarrollar procesos de trabajo, propios de la profesión y vinculados a fases, procesos o subprocesos productivos del área ocupacional profesional.
- Favorecer la identificación de las relaciones funcionales y jerárquicas del campo profesional, cuando corresponde.
- Hacer posible la integración de capacidades profesionales significativas y facilitar desde la institución educativa su transferibilidad a las distintas situaciones y contextos.
- Disponer la puesta en juego de valores y actitudes propias del ejercicio profesional responsable.
- Propiciar la ejercitación gradual de niveles de autonomía y criterios de responsabilidad profesional.
- Viabilizar desempeños relacionados con las habilidades profesionales.

### **6.5.1 PRIMER AÑO**

#### ▪ **6.5.1.1 Práctica Profesionalizante I**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1º año 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

A través de los campos de las Prácticas Profesionalizantes, se busca especialmente que los alumnos estén en contacto directo con las tecnologías y los procesos que hacen a su futura inserción laboral mediante experiencias directas en organizaciones productivas y relacionadas con sus áreas ocupacionales. En este primer año se espera que los estudiantes logren comenzar a integrar habilidades y conocimientos adquiridos durante la cursada, y lo utilicen para comenzar a crear su propio perfil laboral.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Generar uno o varios espacios de trabajo que permitan aplicar, integrar y fortalecer los conocimientos y habilidades adquiridos en los distintos campos de formación, con el propósito de diseñar soluciones a las problemáticas planteadas o bien integrando un proyecto que propicie la formación profesional. Se podrán realizar distintas actividades trabajos en agencias de publicidad, en eventos empresariales, y/o en consultoras en relaciones públicas.

## **6.5.2 SEGUNDO AÑO**

### ▪ **6.5.2.1 Práctica Profesionalizante II**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2º año 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

A través de los campos de las Prácticas Profesionalizantes, se busca especialmente que los alumnos estén en contacto directo con las tecnologías y los procesos que hacen a su futura inserción laboral mediante experiencias directas en organizaciones productivas y relacionadas con sus áreas ocupacionales. En este segundo año, con más conocimientos, se espera que los estudiantes logren integrar habilidades y conocimientos adquiridos durante la cursada, y lo utilicen para fortalecer la elaboración de su propio perfil laboral.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Generar espacios de trabajo que permitan aplicar, integrar y fortalecer los conocimientos y habilidades adquiridos en los distintos campos de formación, con el propósito de diseñar soluciones a las problemáticas planteadas o bien integrando un proyecto que propicie la formación profesional. Se realizarán actividades en organismos públicos y/o en instituciones sin fines de lucro, lo que dará al futuro profesional comprensión y conocimiento de herramientas específicas para el trabajo en actividades de estos sectores.

## **6.5.3 TERCER AÑO**

### ▪ **6.5.3.1 Práctica Profesionalizante III**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 3º año 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 2 hs.

**Total de horas:** 32 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

En este año, se espera que los estudiantes logren completar sus habilidades y conocimientos adquiridos durante toda la cursada, habiendo elaborado su propio perfil laboral y logrando inserciones de complejidad y exigencia en diferentes ámbitos

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Se realizarán distintas actividades dentro de empresas, organismos públicos y/o en instituciones sin fines de lucro. Estas últimas experiencias unidas a las herramientas brindadas permitirán realizar trabajos complejos con todo tipo de público (interno y/o externo) y en diferentes ámbitos de práctica.

#### ▪ **6.5.3.2 Proyecto de Trabajo Final - Tesina**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Anual

**Ubicación en el diseño curricular:** 3º año 1º y 2º cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Reflexión crítica sobre su futura práctica profesional, sus resultados objetivos e impactos sobre la realidad social. Resolución de situaciones propias del ámbito empresario, caracterizadas por la incertidumbre, singularidad y conflicto de valores. Integración y transferencia de saberes adquiridos a lo largo de todo el proceso de formación. Uso de las capacidades adquiridas en las materias precedentes, incorporando la visión sistémica de la Administración y la Gestión Empresarial. Utilizar las herramientas de la Responsabilidad Social Empresarial.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Se pretende desarrollar, como proyecto de trabajo final, un Plan completo de Relaciones Públicas para una empresa real o simulada, en el que pongan en juego capacidades y competencias profesionales. Los contenidos del trabajo a desarrollar serán acordados entre los profesores de incumbencia directa sobre el Trabajo Final (Materias: Planificación de las relaciones públicas, investigación de mercado, estadística y demografía), el Coordinador de Carreras y el alumno, en base a la pertinencia y en el marco de la aplicación del conocimiento adquirido y capitalizando la experiencia obtenida en las prácticas profesionalizantes.

## VII. BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Abell, D.F. y Hammond, J.S.(2009) *Planeación estratégica de mercado*. Ed. CECSA.
- Alan Randolph/Barry Posner (1989) *El arte de gestionar y planificar en equipo*. Ed. Grijalbo
- Alles Martha (2012) *Dirección estratégica de RR. HH. Gestión por competencias*. Ed Granica
- Antunes, C A. (2005) *El desarrollo de la personalidad y la inteligencia emocional*. Ed. Gedisa.
- Aquino Jorge y otros (2004) *Recursos Humanos*. Ed.Macchi
- Argumedo, Alcira (2005) *Los silencios y las voces en América Latina. Notas sobre pensamiento nacional y popular*. Ed. Colihue.
- Armand y Michele Mattelart (2012) *Los medios de Comunicación en Tiempos de Crisis*. Ed. Siglo XXI.
- Asch, Salomón (1996) *La Psicología social*. Ed. Paidos.
- Audirac Camarena, Carlos y otros (2007) *ABC del desarrollo organizacional*. Ed. Trillas.
- Aumont, Jacques (2011) *La imagen*. Ed. Paidós.
- Avilia Lamertyn, Roberto (1999) *RRPP, Estrategias y Tácticas de comunicación integradora*. Ed. IMAGEN.
- Badós, A. (2005) *Hablar en público. Guía práctica para lograr habilidad y confianza*. Ed. Pirámide.
- Barreiro, T. (2000) *La dinámica de los grupos y su coordinación*. Ed. Kapeluz.
- Barrio J.A. y Borragán, A. (2004) *Trastornos de la Comunicación. Una Aproximación Interprofesional*. Ed. T.G.D.
- Berisso, Maria (1999) *Protocolo y Ceremonial - Oficial, Empresarial y Social, Teoría y Práctica*. Ed. Espasa
- Berlo, David (2012) *El proceso de la comunicación*. Ed. El Ateneo.
- Bonsiepe, Gui (2005) *Del objeto a la interfase*. Ed. Infinito
- Buendía, Juan Manuel (2004) *Organización de Reuniones*. Ed. Trillas
- Capriotti Peri Paul (2009) *Branding Corporativo: Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*, Ed. Andros Impresores
- Carlos Alberto Monferrer (2001) *Organización de Congresos y Exposiciones*. Ed. Dunken
- Carpintero, Carlos (2008) *Sistemas de identidad*. Ed Argonauta
- Chiavenato Idalberto (2014) *Administración de Recursos Humanos*. Ed. Mac Graw Hill
- Chiavenato, Idalberto (2006) *Introducción a la teoría general de la administración*. Ed. Mc Graw Hill. 7ma.

D. Schultz, S. Tannenbaum y R. Lauterborn (2002) *Comunicaciones de marketing Integradas*. Ed. Granica.

Dei Daniel y otros (2009) *Recursos Humanos en las organizaciones*. Ed. Fund. Hernandarias

Flippo Edwin (1978) *Principios de Administración de personal*. Mac Graw Hill.

Foster (2014) *Departamento de alimentos y bebidas*. Ed. Mc Graw Hill.

Furio Colombro (1983) *Rabia y Televisión. Revisión sobre los efectos imprevistos de la televisión*. Ed. Gilli S.A.

Garcia, Nestor (2000) *Industrias culturales*. Ed. Grijalbo

Giddens, A. (2011) *Sociología*. Ed. Alianza

Giddens, Anthony (2010) *La transformación de la intimidad*. Ed. Cátedra

GL Musumeci – A. Bonina (2004) *Como organizar eventos*. Ed. Valleta

Gotelli, A. (2005) *Ceremonial Moderno*. Ed. Dunken.

Guardía Massó R. (2009) *El beneficio de compartir valores*. Editorial Deusto

Guillermo Borda (1999) *Manual de Contratos*. Ed. Perrot.

Guillermo Borda (1998) *Manual de Derecho Civil*. Ed. Perrot

Hermida, Jorge y otros (1993) *Administración y Estrategia*. Ed. Macchi

Hupperts, Pierre. (1999) *Responsabilidad Social Empresarial*. Valletta Ediciones

Jean Baudrillard. (2002) *La ilusión Vital*. Ed. Siglo XXI

Jorge Castex-Juan Carlos Grassi. (2005) *Puntos de encuentro: La industria de las Convenciones*. Ed. Aguafuertes

José Romero (2008) *Manual de Derecho Comercial*. Ed. Depalma

Juan Manuel Buendía (1991) *Organización de Reuniones*. Ed. Trillas

Julio Otaegui (1992) *Derecho Económico y Empresarial*. Ed. Astrea

Kinnear, Thomas C. y Taylor James R. (2014) *Investigación de Mercados*. Ed. Mc Graw Hill.

Kotler, Philip (1993) *Dirección de la Mercadotecnia: Análisis, planificación, implementación y control*. Ed. Prentice- Hall Hispanoamericana S.A., 7ª Edición.

Kotler Philip (2013) *Manual de la mercadotecnia*. Ed. Hispanoamericana. 3ª Edición.

Lambin, Jean Jacques (2009) *Dirección de marketing y ventas*. Ed. Cultural España.

Lambin, Jean Jacques (2009) *Marketing Estratégico*. Ed. McGraw-Hill.

Livro Falar, ler, escrever Português – *Um curso para estrangeiros*. 2da edição / 5ta

Luka Brajnovic (1999) *Tecnología de la información*. Ed. Univ. Navarra Pamplona.

Lundberg (2006) *Organización y administración de hoteles y restaurantes*. Ed. Centrum

Macionis, J. J. y Plummer, K. (2011) *Sociología*. Ed. Prentice Hall.

Manuel Mora y Araujo (2012) *El poder de la conversación*. Ed. La Crujía.

María Berisso (2012) *Protocolo y Ceremonial*. Ed. Espasa

Maristani Jaime (2012) *Administración de RR. HH*. Ed. Prentice Hall

Market Leader – *Elementary Business English course book y Pre-Intermediate Business English course book*

Martín Barbero, Jesús (2011) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Ed. Gili.

Mead, Margaret (2011) *Cultura y compromiso*. Ed. Gedisa.

Mendenhall, William (2001) *Estadística para Administradores*. Grupo Ed. Iberoamericana.

Michael Porter (2013) *Ser competitivo*. Ediciones Deusto S.A.

Mintzberg, Henry (2008) *Diseño de organizaciones eficientes*. Editorial El Ateneo.

Molinari, Silvia Graciela (2009) *El ceremonial institucional y de los negocios: una herramienta de gestión de las relaciones institucionales y la comunicación integrada*. Ed. Temas Grupo Editorial.

Monferrer, C.A. (2007) *Organización de congresos, exposiciones y otros eventos*. Ed. Dunken.

Musumeci – Bonina (2001) *Cómo organizar eventos*. Ed. Valletta.

Norma ISO 26000

Rosario Gigena Sanchez (2013) *Eventos: como organizarlos con éxito*. Ed. Nobuko.

Tonatiuh Craviotto Magallon (2007) *Organización de Congresos y Convenciones*. Ed. Trillas.

