

Quilmes, 23 de diciembre de 2003

VISTO el expediente N° 827-0566/2003, caratulado: "Validez del título Licenciado en Comunicación Social", y

CONSIDERANDO :

Que por la Resolución (CS) N° 06/01 se aprobó el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Social.

Que en virtud de otorgar validez nacional al plan de estudios ante el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología resulta necesario realizar asimilar los créditos a horas.

Que la Comisión de Asuntos Académicos, Evaluación de Antecedentes y Posgrado del Consejo Superior, ha emitido despacho con criterio favorable.

Que la presente se dicta en virtud que los alcances que el artículo 58 inciso f del estatuto Universitario otorga al Consejo Superior, en concordancia con los artículos 40 al 43 y 74 de la ley 24.521 de Educación Superior.

Por ello,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

RESUELVE:

ARTICULO 1° : Aprobar el Plan de Estudios de la Carrera Licenciatura en Comunicación Social que figura en el anexo adjunto a la presente.

ARTICULO 2°: Establecer que el título a otorgar será el de Licenciado en Comunicación Social.

4





Universidad
Nacional
de Quilmes

ARTICULO 3° : Derogar la Resolución (CS) N° 06/01.

ARTICULO 4°: Regístrese, practíquense las comunicaciones de estilo y archívese.

RESOLUCIÓN (CS) N°: 176/03

Dr. Martín A. Becerra
Secretario Académico
UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Dr. María R. Fernández
Rector
UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES



Anexo

Fundamentación y Objetivos de creación de la carrera

La carrera de Comunicación Social apunta a formar un profesional de nivel universitario que posea tanto una perspectiva crítica y reflexiva sobre los procesos de comunicación e información que caracterizan al mundo contemporáneo como las destrezas necesarias para elaborar información en los diversos formatos y lenguajes de medios, esto con especial énfasis en las actuales expresiones digitales.

El plan de estudios reconoce la importancia que adquiere esta área de estudio en las actuales redefiniciones de los sistemas de pensamiento, en los sistemas de organización política y económica y en los sistemas de valores vigentes. Se propone, por lo tanto, crear un campo de conocimiento y análisis de los fenómenos comunicacionales y sugerir formas de acción que tengan en cuenta la perspectiva adoptada.

En tal sentido, la carrera se orienta a formar profesionales que posean los conocimientos, tanto teóricos como prácticos, necesarios para producir, investigar y diagnosticar en todas las formas de la comunicación masiva.

Perfil del título:

Sin perjuicio del equilibrio la carrera permite, a los alumnos que así lo deseen, la elección entre la Orientación en Producción Periodística o la Orientación en Comunicación y Cultura

• Orientación en Comunicación y Cultura

-Crear un campo de reflexión e investigación de los fenómenos y los procesos comunicacionales y culturales contemporáneos incorporando conocimientos críticos – reflexivos que articulen la teoría social y cultural, la filosofía, la estética, la teoría del lenguaje el estudio de lo comunicacional.

-Buscar sistemáticamente la integración de la investigación con el diseño y la producción comunicacional especializa en el campo de la crítica cultural.

M



-Tender a articular la formulación de grado en Comunicación y Cultura con una carrera de posgrado en el área.

Orientación en Producción Periodística

-Integrar los aspectos teóricos de la teoría social y cultural, las humanidades y los estudios comunicacionales con la práctica de producción y el estudio de las técnicas de comunicación.

-Crear un campo de formación que integre los aportes teóricos con el diseño y la producción comunicacional.

-Tender a articular la formación de grado en Producción periodística con posibilidades de cursos de especialización de posgrado en el área.

Alcances del título:

- Orientación en Comunicación y Cultura

-Formar graduados orientados a actuar profesionalmente en áreas de investigación y planificación comunicacional tanto en el ámbito universitario como en otros espacios públicos y privados (Estado, instituciones culturales, fundaciones y empresas culturales).

-Formar graduados para que integren, desde su especificidad, equipos dedicados a la formulación y ejecución de proyectos culturales.

- Orientación en Producción Periodística

-Formar graduados capaces de elaborar y producir información en los diversos formatos y lenguajes de medios (gráficos, audiovisuales, radiofónicos y digitales en todas sus variantes).

-Formar graduados capaces de producir material digital, gráfico y audiovisual para diversos objetivos (informativos, educativos, institucionales, etc.)

-Formar un profesional que pueda implementar y evaluar campañas comunicacionales y efectuar diagnósticos en medios masivos, grupos e instituciones.

7



Organización del plan de estudios.

Para alcanzar la Licenciatura en Comunicación Social con mención de orientación el alumno deberá:

1. Obtener el título de Diplomado en Ciencias Sociales otorgado por la Universidad Nacional de Quilmes con un mínimo de (150) créditos o 1350 horas , más las asignaturas orientadas a carrera.
2. Obtener ciento cincuenta (150) créditos correspondientes a la carrera de Licenciatura en Comunicación Social según el siguiente detalle:
 - Sesenta (60) créditos del Núcleo Básico Obligatorio.
 - Cincuenta (50) créditos del Núcleo Básico Electivo.
 - Cuarenta (40) créditos del Núcleo de Orientación elegido.

Licenciado en Comunicación Social, (sin mención de orientación)

Para alcanzar la Licenciatura en Comunicación Social sin mención de orientación el alumno deberá:

1. Obtener el título de Diplomado en Ciencias Sociales otorgado por la Universidad Nacional de Quilmes
2. Obtener ciento cincuenta (150) créditos correspondientes a la carrera de Licenciatura en Comunicación Social según el siguiente detalle:
 - Sesenta (60) créditos del Núcleo Básico Obligatorio
 - Cincuenta (50) créditos del Núcleo Básico Electivo
 - Cuarenta (40) créditos a elección entre materias obligatorias o electivas pertenecientes a cualquiera de los Núcleos de Orientación

Asignaturas Electivas

Para alcanzar los créditos correspondientes a las asignaturas electivas previstas en los diferentes núcleos, los alumnos podrán optar entre las asignaturas que a continuación se detallan o entre las que, a iniciativa de la

11

Dirección de la Carrera y con el objeto de actualizar y perfeccionar la oferta, se ofrezcan oportunamente.

Orientación en Periodismo

Asignaturas Electivas

Para este caso en particular, además de las asignaturas que se mencionan o de las nuevas que la Dirección de la Carrera ofrezca, los alumnos podrán optar también por las obligatorias del núcleo que no hayan sido elegidas como tales.

Asignaturas y dedicación horaria:

Núcleo obligatorio

AREA Y NÚCLEO	ASIGNATURAS	CREDITOS	DEDICACION	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
OBLIGATORIO	Teoría de la comunicación II	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
OBLIGATORIO	Semiótica de la imagen	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
OBLIGATORIO	Seminario y taller de escritura	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
OBLIGATORIO	Seminario y taller de prensa escrita I	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
OBLIGATORIO	Seminario y Taller de prod. audiovisual I	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
OBLIGATORIO	Seminario y taller de radio I	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
TOTAL HORAS NÚCLEO OBLIGATORIO				540 HS	

Núcleo Electivo

AREA Y NÚCLEO	ASIGNATURAS	CREDITOS	DEDICACION	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
ELECTIVO	Estética e Historia del Arte	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
ELECTIVO	Historia de los medios y sistemas de comunicación	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
ELECTIVO	Literatura y teatro	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
ELECTIVO	Derecho a la Información	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
ELECTIVO	Sociedad de la Información: convergencias y divergencias	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
ELECTIVO	Seminario y Taller de Periodismo de Investigación I	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS

M





ELECTIVO	Marketing Integral en Comunicación	5	cuatrimestral	2,5 HS	45 HS
ELECTIVO	Ética, Derechos Humanos y comunicación	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
TOTAL NÚCLEO ELECTIVO					450 H

Núcleo orientado:

AREA Y NÚCLEO	ASIGNATURAS	CREDITOS	DÉDICACION	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
Orientación en comunicación y Cultura	Seminario y Taller de investigación	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
	Comunicación, organización e instituciones	5	cuatrimestral	2,5 HS	45 HS
	Seminario sobre Análisis del discurso	5	cuatrimestral	2,5 HS	45 HS
	Ciencia, Tecnología y sociedad	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
	Sem. y taller de comunicación visual	10	Cuatrimestral	5 HS	90 HS
	Seminario sobre Comunicación, transformaciones socioculturales y educación	5	Cuatrimestral	2,5 HS	45 HS
	Seminario de Investigación ¹	20	Anual	5 HS	180 HS
	Teoría crítica de la comunicación	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
Orientación en periodismo	Seminario y taller de prensa escrita II	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
	Seminario y taller de Prod. Audiov. II	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
	Seminario y taller de radio II	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
	Sem. y Taller de Periodismo Digital	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
	Seminario y Taller de Periodismo de Investig. II	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
	Taller permanente de periodismo escrito	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
	Taller permanente de periodismo televisivo	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
	Taller permanente de periodismo radial	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
	Taller permanente de periodismo digital	10	cuatrimestral	5 HS	90 HS
TOTAL HORAS NÚCLEO ORIENTACIÓN					360 HS
TOTAL HORAS CICLO SUPERIOR					1350 H

CARGA HORARIA TOTAL:

¹ La UNQ cuenta con Programas y Proyectos de Investigación, dirigidos e integrados por los profesores-investigadores de la institución, que brindan a los estudiantes de ciclo superior la posibilidad de realizar los Seminarios de Investigación, que duran un año y otorgan 20 créditos. La inscripción a los Seminarios se realiza junto con la inscripción a los cursos regulares. Los estudiantes interesados deberán solicitar, además de la oferta académica correspondiente, la oferta de los seminarios de investigación. Para ello, pueden ingresar a la siguiente dirección de Internet: <http://www.unq.edu.ar/vri/semin.htm>



PLAN	CICLO	CREDITOS	CARGA HORARIA TOTAL
DIPLOMATURA EN CS. SOC.	CICLO INICIAL	150	1350 HS.
LIC. EN COMUNIC. SOCIAL	CICLO SUPERIOR	150	1350 HS.
TOTAL			2700 HS.

Contenidos mínimos

Teorías de la Comunicación II

A.- Establecer conexiones significativas con tradiciones teóricas estudiadas en asignaturas previas, aunque no formalmente correlativas, así como en Teoría de la Comunicación I. B.- Proveer a los estudiantes de herramientas que les permitan consolidar la propia entrada al campo, sus objetos, sus pertinencias, sus deudas y especificidades en el contexto de las ciencias sociales.

Seminario y Taller de Producción Audiovisual I

El propósito de la asignatura es presentar núcleos conceptuales que permitan comprender diferentes características del campo audiovisual, con preponderancia en la producción. A su vez, que el alumno se introduzca en el mundo audiovisual reconociendo la semántica y sintaxis audiovisual. Estas herramientas le permitirán explotar distintos tipos de actividades como productor audiovisual, producción en televisión, crítico audiovisual, investigador, etc.

Seminario y Taller de Prensa Escrita I

El curso tiene como meta el conocimiento crítico de la actualidad nacional e internacional para poder escribir textos informativos sobre ella. Los diarios son de lectura obligatoria, al igual que novelas que permiten aproximarse a estilos y cuestiones claves de la historia nacional y americana. Además, discusión de los temas vinculados con la ética profesional y el derecho a la información; prácticas intensas de redacción periodística. Estudiar los cambios que los TICs producen sobre las prácticas profesionales y los medios de comunicación.

M



Seminario y Taller de Radio I

La asignatura se organiza en torno a tres ejes temáticos. Ellos son:

*Hablar de Radio: Corresponde a la historia de un medio y su desarrollo en el ámbito nacional desde la mirada del periodismo radiofónico.

*Escuchar Radio: Se orienta al análisis de los géneros y formatos que en la actualidad organizan las rutinas de la producción radiofónica en emisoras de AM y FM de la Ciudad de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires.

*Hacer Radio: Incursiona en la Producción y Grabación de una secuencia de Trabajos Prácticos que tiene a la noticia radiofónica como a la menor unidad de sentido del periodismo destinado al oído.

El sistema de evaluación se basa en la entrega y aprobación de los Trabajos Prácticos (individuales y/o grupales, escritos y/o grabados) y una Producción Final que versará sobre los contenidos temáticos abordados durante el Curso.

Semiótica de la Imagen

El curso se planteará como un espacio en el que vertientes de la semiótica aplicada al estudio de los fenómenos textuales en los que la imagen en movimiento y/o la fija intervienen como materia significativa aporten conceptos y nociones útiles para identificar, analizar y proyectar estrategias constructivas en discursos mixtos (visuales y verbales) de distintos géneros de la prensa gráfica, del cine y la televisión y realizar un proyecto de análisis de la recepción de programas televisivos.

Seminario y Taller de Escritura.

Está concebido como un espacio de análisis, reflexión y producción en el que se debatirán algunas cuestiones teórico - metodológicas con respecto a la producción de textos y se desarrollará una intensa práctica de escritura. Las prácticas estarán centradas en los discursos dominantes en el ámbito universitario y profesional, al tiempo que se buscará reforzar nociones básicas de gramática y normativa.

7

La Sociedad de la Información: convergencias y divergencias

Los objetivos del curso son: Proveer elementos de reflexión sobre el proyecto de la Sociedad de la Información en tanto proceso social de construcción; Identificar los actores sociales, políticos y económicos que intervienen de modo protagónico en la construcción de la Sociedad de la Información; Analizar el desarrollo histórico del concepto como una explicación posible sobre su evolución. El curso tendrá una modalidad semi - virtual: se realizará una reunión semanal y un encuentro virtual en el Campus Virtual de la UNQ.

Seminario y Taller de Periodismo de Investigación

El curso podría también llevar por título: "El periodista como investigador". Que alude en parte a ese periodista - detective de las películas de la serie negra, pero también al periodista investigador - social, al estilo del maestro del género Rodolfo Walsh, que ya no busca al criminal individual, sino que pretende identificar el crimen social: el que se perpetra desde la trastienda del poder en contra de la sociedad. Es un curso teórico - práctico donde se enseñará a investigar, archivar y jerarquizar la información, pero también a presentarla como un relato apasionante y bien escrito. De acuerdo con el número de participantes se formarán varios equipos para producir trabajos escritos y videos sobre grandes temas de actualidad como, por ejemplo, la fuga de dólares antes y después del "corralito", la masacre policial de los días 19 y 20 de diciembre o los que irá proporcionando una realidad cada vez más dramática.

Seminario de Etica, Derechos Humanos y Comunicación

Bajo la forma de un seminario que contará con el aporte de profesionales de diferentes disciplinas se tratará de: a) introducir a la problemática de los derechos humanos en general y del derecho a la comunicación en particular, b) analizar las cuestiones éticas y de derechos implicadas en una selección de discusiones y prácticas profesionales y c) dejar abierta la inquietud por el análisis crítico, desde un punto de vista ético, de los problemas comunicacionales.

4





Derecho a la Información

Concepción del Derecho a la Información como derecho humano básico.

- Conocimiento de las distintas etapas históricas en la evolución del Derecho a la Información y, asimismo, de su objeto y contenidos.
- Distinción de las responsabilidades penales y civiles de la prensa con apoyo en casos jurisprudenciales.
- Estudio del Derecho de Propiedad Intelectual, Régimen Jurídico de la Radiodifusión y las Telecomunicaciones.

Historia de los medios y sistemas de comunicación

El curso abordará los grandes hitos conceptuales y problemáticos de la historia de los fenómenos comunicacionales, con énfasis en el paso de la oralidad a la escritura, la revolución de la imprenta y el libro, la relación entre medios y modernidad, el vínculo entre tecnología, imagen y palabra, y las transformaciones de los medios en el contexto de los procesos culturales contemporáneos.

Seminario y Taller de Investigación

- a) Entrenar a los estudiantes en cuestiones que resultan requisitos básicos de la investigación, cualquiera sea el enfoque que se asuma: búsqueda de consistencia, rigor metodológico, desmitificación y apropiación de las alternativas de trabajo, etc.
- b) Introducir la problematización de la cuestión del método en su relación con la teoría del conocimiento y con las modalidades habituales de construcción del objeto.
- c) Introducir al estudiante en los rudimentos de las llamadas técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación. Ensayar las herramientas y los procedimientos arquetípicos o predominantes en distintas perspectivas de trabajo.

4

Teoría Crítica de la Comunicación

Definir y analizar un elenco de tópicos y problemas pertinentes en el campo de comunicación y cultura. Integrar conocimientos adquiridos sobre teorías de la comunicación en un contexto de indagación crítica y análisis cultural. Aplicar nociones procedentes de teorías críticas a determinadas problemáticas de la comunicación y la cultura. Desarrollar destrezas de lectura y escritura apropiadas para el desenvolvimiento de un juicio autónomo. Adquirir destrezas de prospección bibliográfica con recursos basados en nuevas tecnologías. Articular el análisis de obras de literatura de ideas y cinematografía con el análisis cultural.

Seminario de comunicación Visual

El seminario - taller se piensa como un espacio de reflexión, análisis y puesta en práctica (generación de estrategias y construcción) de distintas manifestaciones de la llamada Comunicación Visual. Aunque las temáticas a desarrollar privilegiarán el tratamiento de la naturaleza, estructura y modos de funcionamiento discursivo de las comunicaciones visuales que competen al dominio de la información (en los medios gráfico y televisivo) y se configuran con imágenes fijas (producidas manual, mecánica y electrónicamente) y en movimiento, el curso comprenderá también el abordaje de cuestiones relativas al diseño gráfico e industrial, al lenguaje publicitario y artístico.

Estética e Historia del Arte

La Asignatura tiene como objetivo enfocar el problema del Arte articulando cuatro perspectivas de análisis: 1) La obra de arte: lectura y reflexión sobre obras literarias, pictóricas y cinematográficas. 2) Las Estéticas: principales ideas y teorías sobre el arte y la belleza a lo largo de la historia. 3) Lo Poético: dimensión particular de la palabra y el lenguaje en el camino del conocimiento de la verdad. 4) Épocas del arte y su relación con el mundo de las ideas: Grecia, Arte cristiano, Renacimiento, Clasicismo y Romanticismo, Modernismos estéticos, Vanguardias y neovanguardias, arte posmoderno.

4





Taller Permanente de Periodismo Radiofónico

Durante el transcurso del presente Taller se producirán y grabarán Informes Especiales y una serie de Micro - Programas denominada Perfiles, según las siguientes precisiones:

Se denominará Informe Especial al formato radiofónico destinar una temática central y/o indagar una serie de temas de interés general.

Se pueden citar como ejemplos: "Las fiestas populares en nuestros días", "Las Sectas Electrónicas", "El analfabetismo informático", "La desocupación en la Zona Sur del Gran Buenos Aires" o "Trueques: otras formas de la solidaridad", entre otros.

Cada contenido abordado por el Equipo de Producción tendrá que planificarse para ser presentado en 2 (dos) Partes o Capítulos.

Al finalizar el Taller Permanente de Periodismo Radiofónico cada Equipo de Producción conformado por 2 (dos) alumnos deberá acreditar un total de 4 (cuatro) Informes Especiales.

La serie de Micro - Programas denominada Perfiles será de producción individual. La misma se basará en la realización de Entrevistas a personalidades relevantes del mundo del arte, la ciencia, la cultura, el deporte, la política o la promoción social. Cada Entrevista dará origen a 2 (dos) Micro - Programas; la duración de cada uno de ellos será de entre 5 (cinco) a 8 (ocho) minutos, al igual que los Informes Especiales.

Al finalizar el Taller Permanente de Periodismo Radiofónico cada alumno deberá acreditar un total de 2 (dos) Entrevistas.

Taller Permanente de Periodismo Escrito

El curso es estrictamente instrumental.

Las prácticas serán de redacción de notas en profundidad o grandes reportajes que, en lo posible, se abordarán a partir de fuentes directas de la región sur del GBA. El objetivo es encontrar un campo para la práctica y también para la creación y la experimentación de, por ejemplo, distintos y renovados estilos redaccionales o estéticos.

M

Taller Permanente de Periodismo Televisivo

El propósito del taller es reconocer mediante la realización, formatos y lenguajes de producción televisiva. Para ello, será necesario reconocer formatos clásicos y usos creativos de propuestas estéticas; Alcanzar capacidades críticas y autocríticas que permitan el crecimiento analítico y de realización a partir de la reflexión colectiva y optimizar el equipo de producción como núcleo esencial de la realización televisiva.

Seminario y Taller de Radio II

La asignatura se organiza en torno a los siguientes Ejes Temáticos:

- # Hablar de Radio: Corresponde a la historia de un medio y su desarrollo en el ámbito nacional desde la mirada del periodismo radiofónico.
- # Escuchar Radio: Se orienta al análisis de los géneros y formatos que en la actualidad organizan las rutinas de la producción radiofónica en emisoras de AM y FM de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Gran Buenos Aires.
- # Hacer Radio: Incursiona en la Producción y Grabación de una Secuencia de Trabajos Prácticos que tiene a la noticia radiofónica como a la menor unidad de sentido del periodismo destinado al oído. En ese mismo orden de ideas se experimentará en los posibles cruces entre los discursos del Periodismo y la Ficción Literaria.

Seminario y Taller de Prensa Escrita II

Aproximar al estudiante de Periodismo a los géneros de relatos escritos en la especialidad de Interpretación y Análisis. Prácticas intensas de escritura. Lectura y discusión sobre temas estructurales de la Argentina y el mundo. Observación de los fenómenos de la tecnología y su incidencia en los medios.

Seminario Taller de Producción Audiovisual II

El propósito de la asignatura es desarrollar núcleos conceptuales que permitan complementar la formación básica acreditada en el Seminario y Taller de Producción Audiovisual I. En este caso, se profundizarán aspectos vinculados a

7





la conceptualización y práctica de formatos de emisión diferida como el documental y el informe especial.

Taller Permanente de Periodismo Digital

Lograr la adquisición de los conocimientos y destrezas básicos para la participación en la edición de un medio electrónico; Transmitir al alumno la necesidad de adquirir las destrezas necesarias para dominar éste nuevo medio y nuevos soportes, ampliando su ámbito de incumbencia laboral; Darle a conocer, los elementos básicos para incursionar en el soporte Digital como medio de transmisión e implementación de estrategias comunicativas; Estimularles el sentido crítico respecto a la valoración de las fuentes y enseñarles las técnicas necesarias para la búsqueda y difusión de información a través de medios electrónicos.

Comunicación, transformaciones socioculturales y educación

Proyecto Moderno: contextualización y características.

Relatos hegemónicos. Narrativas sobre la cultura: etnocentrismo, cultura - sociedad, cultura individuo. Educación en el proyecto moderno. Escolarización de la cultura. Cultura institucional. Cultura escolar. Procesos comunicacionales, procesos culturales, procesos sociales y procesos educativos. Especificidad, conceptualización, articulaciones. Reproducción/ transformación. Identidad y sujeto. Sujeto social y sujeto pedagógico. Posmodernidad, pensamiento posmoderno y posmodernismo. Posmodernidad - Neomodernidad. Narraciones sobre la cultura. Relativismo. Cultura mediática. La cultura en condiciones de multiculturalidad. Hibridaciones culturales y su emergencia en ámbitos educativos. La complejidad de la educación hoy. Educaciones posmodernas. Polos de Identidad y Sujeto. Adolescentes, jóvenes, juventud y juvenalización. Sujetos sociales y sujetos pedagógicos en la postmodernidad. Familia. Religión. Medios de comunicación. Consumo. Educación. Instituciones sociales. Nuevas organizaciones políticas.

7

Marketing Integral en Comunicación

La comunicación y la información en las organizaciones en el siglo XXI. Los ámbitos de la comunicación en la organización. Objetivos de la comunicación organizacional. La comunicación integrada y la planificación. La publicidad institucional y sus canales. Factores que gravitan en la comunicación de la organización. Imagen. Tipos de imagen. Los públicos: clasificación. Roles y status. La comunicación interna. La comunicación formal e informal. Las comunicaciones financieras. La comunicación externa. Relaciones con la comunidad y la prensa. Relaciones con otras instituciones. Relaciones con organismos gubernamentales. Análisis, evaluación y gestión de acciones y canales *outdoors*. Crisis. Tipología. Análisis, evaluación y gestión de acciones y canales vinculados con la crisis. Comunicaciones especializadas según distintos tipos de organizaciones y sectores. La crisis de la representación de las instituciones tradicionales y el avance de la videopolítica. La democracia y la democracia audiovisual. El marketing y el espectáculo político. La construcción de los problemas sociales, de los líderes políticos y de los enemigos. El lenguaje de la política. El manejo de la controversia. La mentira en la propaganda. El lobby. El papel de las encuestas de opinión. Análisis, evaluación y gestión de acciones y canales vinculados con la política y el ejercicio de los funcionarios: orden de precedencia y protocolo oficial.

COMUNICACIÓN, ORGANIZACIONES E INSTITUCIONES

¿Qué son las organizaciones? Similitudes y/o diferencias con las instituciones. Los sujetos, las organizaciones, las instituciones y la sociedad: claves de la interrelación. Perspectivas teóricas tradicionales para el estudio de las organizaciones. El lugar de la comunicación en ellas. Paradigmas de la simplicidad y la complejidad. La cultura como constructo analítico de trabajo en organizaciones e instituciones. El interjuego instituido/instituyente: aspectos de una dinámica. Las organizaciones e instituciones atravesadas por el poder: el lugar de la reproducción y las instituciones totales. Institución e imaginario. Psicología de las instituciones y las organizaciones: entre la invariancia y el cambio. El lugar de la identidad. La estructuración social y las organizaciones

4





Universidad
Nacional
de Quilmes

en ella. Modos de actuar. La institucionalización de un saber: el caso de la comunicación.

ANEXO RESOLUCION (CS) N°: 176/03

Dr. Martín A. Becerra
Secretario Académico
UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

Dr. María B. Fernández
Rectora
UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES