

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PLAN DE ESTUDIOS
+
CONTENIDOS MÍNIMOS

UNIVERSIDAD DE
Belgrano
BUENOS AIRES - ARGENTINA

Resolución N° 083/11

Anexo III

**Tabla general de asignaturas del Plan de Estudios y Obligaciones Académicas
de la carrera de Lic. en Ciencias de la Comunicación
(Ajuste 2012)**

Asignatura	Horas cátedra semana- les	Carga horaria total en horas cátedra	Carga horaria total en horas reloj	Correlatividades
1er. Año				
Teoría y Práctica de la Comunicación I	6	96	72	-
Historia Contemporánea I	5	80	60	-
Expresión Oral y Escrita	6	96	72	-
Práctica Profesional I	6	96	72	-
Teoría y Práctica de la Comunicación II	6	96	72	Teoría y Práctica de la Comunicación I
Historia Contemporánea II	5	80	60	Historia Contemporánea I
Semiótica General	5	80	60	-
Sociología General	4	64	48	-
Redacción Periodística	6	96	72	Expresión Oral y Escrita
Prueba de nivel de Inglés	-	-	-	-
Prueba de nivel de Informática	-	-	-	-
Taller de Profundización del Conocimiento.	-	-	24	
Subtotal anual horas reloj			612	
2do. Año				
Taller de Fotografía	4	64	48	-
Semiótica de los medios	5	80	60	Semiótica General
Comunicación Institucional	5	80	60	-
Producción Radial	5	80	60	-
Historia de la Cultura	5	80	60	-
Taller de Producción Audiovisual	6	96	72	Taller de Fotografía
Tecnologías de la Comunicación	5	80	60	-
Comunicación Publicitaria	5	80	60	-
Práctica Profesional II	4	64	48	Práctica Profesional I
MOFG I	2	32	24	-
Participación en Jornadas y Congresos	-		23	-
Subtotal anual horas reloj			575	
3er. Año				
Derecho de la Información	5	80	60	-
Literatura Universal	4	64	48	-
Taller de Diseño y Comunicación Visual	4	64	48	-
Producción Televisiva	5	80	60	Taller de Prod. Audiovisual
Metodología de la Investigación Social	4	64	48	-
Sociología y Opinión Pública	5	80	60	-
Economía	4	64	48	
Ética de la Comunicación	4	64	48	

Habilitación Profesional I	4	64	48	Práctica Profesional II
MOFG 2	2	32	24	-
MOFG 3	2	32	24	-
Participación en Jornadas y Congresos	-	-	23	-
Subtotal anual horas reloj			539	
TÍTULO INTERMEDIO: TÉCNICO UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN				
4to. Año				
Habilitación Profesional II	4	64	48	Habilitación Profesional I
MOFE 1	4	64	48	-
MOFE 2	4	64	48	-
MOFE 3	4	64	48	-
Taller de Trabajo Final de Carrera	2	32	24	-
Trabajo Social Profesional	-	-	200	-
Desarrollo de Trabajo Final de Carrera	-	-	120	-
Participación en Jornadas y Congresos	-	-	45	-
Prueba de lecto-comprensión de Inglés	-	-	-	-
Defensa del Trabajo Final de Carrera	-	-	-	-
Orientación Periodismo:				
Periodismo Radial	4	64	48	-
Taller de Investigación Periodística I	6	96	72	-
Periodismo Digital	4	64	48	-
Periodismo Televisivo	5	80	60	Producción Televisiva
Taller de Investigación Periodística II	6	96	72	Taller de Inv. Periodística I
Orientación Comunicación Institucional:				
Taller de Redacción Publicitaria	5	80	60	-
Comunicación Empresarial	6	96	72	-
Comunicación Política	5	80	60	Sociología y Opinión Pública
Comunicación Interna	4	64	48	Comunicación Empresarial
Comunicación en Organizaciones No Gubernamentales	5	80	60	-
Subtotal anual horas reloj			881	
TOTAL DE LA CARRERA EN HORAS RELOJ			2.607	
Título final: LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN				

Listado de MOFE:

Asignatura	Carga horaria semanal	Correlatividades
Periodismo Científico	4	-
Periodismo Político	4	-
Periodismo Económico	4	-
Periodismo Deportivo	4	-
Periodismo Cultural y de Espectáculos	4	
Comercialización	4	
Protocolo y Ceremonial	4	
Organización de Eventos	4	
Comunicación y Educación	4	
Técnicas Promocionales	4	

Contenidos mínimos de las asignaturas

1er. Año

TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COMUNICACIÓN I - CÓDIGO 1 - 6 HORAS SEMANALES

El proceso de la comunicación humana. Distintos modelos de comunicación. El emisor, el receptor, el mensaje, el canal. El concepto de “feed back”. Las teorías de Marshall Mc Luhan. Lenguaje verbal y no verbal. Contextos y paradigmas en la investigación sobre medios de comunicación. Problemas de y en la comunicación.

HISTORIA CONTEMPORÁNEA I - CÓDIGO 2 - 5 HORAS SEMANALES

La Revolución Francesa. La caída de Napoleón. La Revolución Americana. Expansión de los Estados Unidos. El romanticismo político. El segundo imperio francés. La paz armada. La guerra franco-prusiana. La Revolución Industrial. Imperialismo y colonialismo. La Primera Guerra Mundial. La Revolución Rusa.

EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA - CÓDIGO 3 - 6 HORAS SEMANALES

Introducción a la oratoria. El orador, el discurso, el canal, el público, el contexto. El plan para un discurso eficaz. Cómo afrontar el nerviosismo. 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.

PRÁCTICA PROFESIONAL I - CÓDIGO 4 - 6 HORAS SEMANALES

Introducción a la práctica profesional del comunicador social. Prácticas profesionales dominantes y nuevos ámbitos de práctica profesional. Campos específicos, competencias y salidas laborales.

TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA COMUNICACIÓN II - CÓDIGO 5 - 6 HORAS SEMANALES

Principales teorías de la comunicación. La teoría hipodérmica. La corriente empírico-experimental. La teoría funcionalista. La teoría crítica. La teoría culturoológica. Las teorías comunicativas. Las escuelas de Birmingham y Frankfurt. El estudio de la noticia periodística. La noticia y la realidad social. La omnipotencia de los medios. La manipulación de la información.

HISTORIA CONTEMPORÁNEA II - CÓDIGO 6 - 5 HORAS SEMANALES

Europa, entre las dos guerras. El surgimiento de los totalitarismos. El fascismo. El nacionalsocialismo. El comunismo. La crisis de 1929. La Segunda Guerra Mundial. Las Naciones Unidas y las potencias vencedoras. La guerra fría. El tercer mundo como zona de conflictos de baja intensidad. Motivos de la caída del comunismo. La disolución de la URSS. El fenómeno de la globalización. Los conflictos de Medio Oriente. El terrorismo internacional.

SEMIÓTICA GENERAL - CÓDIGO 7 - 5 HORAS SEMANALES

Objeto de la semiótica en relación con otras disciplinas. Teoría del signo. Objeto, representante e interpretante. La significación semiótica y semántica. El discurso. Texto y contexto. Connotación. Enunciación y enunciado, enunciador y enunciatario. Polifonía e intertextualidad. Imagen y metaimagen. Discurso fotográfico y publicitario. Semiótica fotográfica. El cartel.

SOCIOLOGÍA GENERAL - CÓDIGO 8 - 4 HORAS SEMANALES

Las ciencias sociales. El siglo XIX y el surgimiento de la sociología. Conceptos sociológicos fundamentales. La acción social. La estructura social. Cultura y socialización. Grupos sociales. Estratificación social. Estructura de clases. Cambio social. Conflicto y crisis sociales.

REDACCIÓN PERIODÍSTICA - CÓDIGO 9 - 6 HORAS SEMANALES

El hecho y la noticia. Criterios de noticiabilidad. Misión y deberes del periodista. Tipos de periodismo: informativo, interpretativo y de opinión. Géneros periodísticos. La crónica. La entrevista y sus clases: de información, de opinión, de personalidad. La encuesta periodística. La nota de color, la nota de interpretación, la nota de investigación. El análisis de la noticia. El artículo de opinión y el editorial.

2do. Año

TALLER DE FOTOGRAFÍA - CÓDIGO 10 - 4 HORAS SEMANALES

Historia del lenguaje fotográfico. Evolución de la fotografía a través de la obra de autores claves. El arte fotográfico dentro de las corrientes estéticas del siglo XX. El documental fotográfico. Fotoperiodismo. La fotografía de modas. La fotografía publicitaria. Técnica fotográfica. Fotografía y medios electrónicos de comunicación. La imagen digital.

SEMIÓTICA DE LOS MEDIOS - CÓDIGO 11 - 6 HORAS SEMANALES

Semiótica de los géneros periodísticos. El diario: géneros y estilos. La tapa del diario. Discurso radiofónico. Lenguajes de radio. La enunciación en la radio. Semiótica de la televisión. Información y ficción televisivas. El problema de la verdad. Manipulación de la información. La televisión como generadora y como sustitución de la realidad. El “talk show” y el “reality show”.

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL - CÓDIGO 12 - 5 HORAS SEMANALES

Introducción a la comunicación institucional en organizaciones públicas y privadas. Cultura, identidad e imagen corporativa. La organización y sus públicos. Tipos de públicos. Mensajes “clave”. La gestión comunicacional. Las relaciones con la prensa. Las relaciones con el Gobierno y con organismos oficiales. Las relaciones con la comunidad y con ONG. Mecenazgo y patrocinio. La comunicación y el manejo de crisis

PRODUCCIÓN RADIAL - CÓDIGO 13 - 5 HORAS SEMANALES

Historia de la radiofonía. La empresa radiofónica. La tecnología radial. La consola. Micrófonos y sonido. La musicalización. La edición. La producción de programas de radio. Redacción de noticias en radio. El boletín informativo. El programa de “revista” de noticias. Los programas de interés general. El guión en radio. Producción de comerciales.

HISTORIA DE LA CULTURA - CÓDIGO 14 - 5 HORAS SEMANALES

Los aportes grecolatinos. La Europa medieval. El Renacimiento y el humanismo. El Estado absolutista. La cultura del barroco. Las revoluciones burguesas: la Revolución Francesa y la Revolución Industrial. Los nuevos actores sociales. El iluminismo. El romanticismo. Los comienzos de la cultura de masas del siglo XX y sus principales manifestaciones. Hitos científicos y tecnológicos. Los fenómenos de la posmodernidad y la globalización. Los conflictos religiosos.

TALLER DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL - CÓDIGO 15 - 6 HORAS SEMANALES

Breve historia del cine. Niveles de comunicación del lenguaje cinematográfico. Morfología de la imagen. Distintos tipos de plano. Del blanco y negro al color. Fundamentos del montaje. El guión cinematográfico. Funciones de la música en el cine. Cine y literatura. La realización de un video documental. Cámara, fotografía y edición. Sistemas lineales y no lineales de edición. Tipos de piezas audiovisuales breves: la noticia, el video clip, el spot publicitario, el video institucional, el video-arte, el cortometraje documental y el cortometraje ficcional.

TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN - CÓDIGO 16 - 5 HORAS SEMANALES

Cultura y tecnología en la sociedad industrial y posindustrial. La evolución de la tecnología informática. Digitalización del proceso de producción y transmisión de noticias. Nuevos canales para el transporte de la información. Fibra óptica. Satélites. Los avances de la telefonía. El impacto de Internet. El paradigma cibernético: información, máquinas y organismos. Inteligencia artificial. El futuro del negocio de las empresas de comunicación.

COMUNICACIÓN PUBLICITARIA - CÓDIGO 17 - 5 HORAS SEMANALES

Historia de la publicidad. Concepto y funciones de la publicidad. De la masificación a la segmentación. El target. Marca y producto. La campaña publicitaria. La publicidad como discurso argumentativo. La agencia de publicidad. La planificación de medios. Compra de espacios. Tarifas y condiciones generales de contratación, bonificaciones y descuentos.

PRÁCTICA PROFESIONAL II - CÓDIGO 18 - 4 HORAS SEMANALES

Aplicación de las técnicas periodísticas a la realización de una revista y de una página web.

Materias Optativas de Formación General

FILOSOFÍA - CÓDIGO 213 - 2 HORAS SEMANALES

La problemática filosófica. El hombre y la filosofía. Alma y cosmos en el mundo antiguo. El problema del principio y del movimiento. El hombre y las potencias cósmicas. Sujeto y mundo en la Edad Moderna. Razón y experiencia. Los objetos y el hombre en el mundo actual. Neopositivismo. Neopositivismo. Análisis del lenguaje. Los hechos y el lenguaje. Nietzsche. Wittgenstein. Heidegger. La estructura ontológica de la existencia humana. Ser y tiempo. Modernidad y Postmodernidad. Deconstrucción del sujeto. La simulación de la cultura.

PSICOLOGÍA POLÍTICA - CÓDIGO 222 - 2 HORAS SEMANALES

Comportamiento y análisis de la sociedad política. Los condicionantes psicológicos de la acción política. Las masas y el comportamiento psicológico frente a las decisiones políticas.

FRANCÉS I - CÓDIGO 236 - 2 HORAS SEMANALES

Se dará a los alumnos los elementos básicos para entender la estructura del idioma y se les marcarán pautas para que desarrollen su capacidad de asociación respecto de su lengua materna u otras lenguas adquiridas o en proceso de adquisición. Presentación personal y profesional. Ubicarse en tiempo y lugar. Entender y poder proporcionar datos sobre sí mismo y otras personas. Programas de viaje: medios de transporte, hoteles y comodidades, agencias de viajes y locación de automóviles. Reservas (telefónicas, por fax). Intereses profesionales: Antecedentes, Búsqueda de empleo. Proyectos. La familia: miembros, actividades.

Pronombres, sujeto, objeto directo e indirecto. Pronombres adverbiales de lugar. Preposiciones. Artículos definidos e indefinidos. Contracciones articulares con las preposiciones "à" y "de". Adjetivos posesivos. Adjetivos demostrativos. Adjetivos calificativos, género y número. Adverbios. Verbos auxiliares, regulares e irregulares en presente, pasado, futuro del modo indicativo. Verbos pronominales. El modo imperativo y los pronombres OD y OI.

La afirmación. La negación. La interrogación. Diferentes maneras de negar (uso de diferentes adverbios de negación). Diferentes maneras de interrogar, pronombres adverbiales.

3er. Año

DERECHO DE LA INFORMACIÓN - CÓDIGO 19 - 5 HORAS SEMANALES

Teoría general del Derecho. Las fuentes del Derecho. Legislación, doctrina y jurisprudencia. La Constitución Nacional. La libertad de expresión y la libertad de prensa en la Constitución Nacional. El secreto profesional. El debate en torno de la libertad de prensa y la libertad de empresa. La legislación sobre acceso a la información. Responsabilidad civil, penal y administrativa. La reparación de daños y el régimen de sanciones. Evolución histórica y situación actual. Jurisprudencia y casos emblemáticos. El derecho a la intimidad y la libertad de prensa. Las cámaras ocultas. El impacto de las nuevas tecnologías. La ley de radiodifusión. Los multimedia. El impacto de Internet y el correo electrónico.

LITERATURA UNIVERSAL - CÓDIGO 20 - 4 HORAS SEMANALES

El lugar de la literatura entre las artes. La transtextualidad. La intertextualidad. La paratextualidad. Géneros literarios. Autores clásicos de la literatura universal. La literatura latinoamericana. Producción literaria a lo largo de la historia argentina contemporánea.

Periodismo y literatura. Modos de narrar: Roberto Arlt, Gabriel García Márquez, Rodolfo Walsh, Ernest Hemingway.

TALLER DE DISEÑO Y PRODUCCIÓN VISUAL - CÓDIGO 21 - 4 HORAS SEMANALES

El diseño editorial. Herramientas básicas del diseño en diarios, revistas, libros y fascículos. Visión perceptual, forma, valor tonal, color, textura, escala, sensibilización del plano. Tipografías. El rol del diseñador gráfico. Nociones de diagramación de medios gráficos. Sistemas de impresión. Diseño de una página web.

PRODUCCIÓN TELEVISIVA - CÓDIGO 22 - 5 HORAS SEMANALES

Historia de la televisión. Los soportes tecnológicos de la televisión. Los pasos de la producción y la edición televisivas. El poder de la cámara. Sonido. Iluminación. Escenografía. Musicalización. El guión. El periodismo televisivo. El comercial televisivo.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL - CÓDIGO 23 - 4 HORAS SEMANALES

Introducción a la investigación en ciencias sociales. El método científico. El marco teórico. Tipos de diseños de investigación: exploratorio, descriptivo, explicativo. Las hipótesis. Tipos de variables. Indicadores. Instrumentos para la recolección de datos. La encuesta. Análisis e interpretación de datos. Conclusiones y redacción del trabajo.

SOCIOLOGÍA Y OPINIÓN PÚBLICA - CÓDIGO 24 - 5 HORAS SEMANALES

Conceptos de sociedad, comunidad y grupo. Concepto de opinión pública. El debate sobre la opinión pública en la teoría democrática contemporánea. Procesos de formación de opinión pública. Las encuestas de opinión pública. Los sondeos de intención de voto. Las encuestas en boca de urna. Opinión, propaganda y manipulación. Cuestiones éticas en los estudios de opinión pública y la difusión de sus resultados.

ECONOMÍA - CÓDIGO 25 - 4 HORAS SEMANALES

Conceptos fundamentales de micro y macroeconomía. El proceso económico. Producción, distribución y consumo. Consumo, ahorro e inversión. La moneda. La teoría clásica de la oferta y la demanda. La inflación. La recesión. Principales corrientes económicas desde la antigüedad hasta nuestros días. El liberalismo. La teoría marxista. Los organismos internacionales financieros. La globalización. Los debates actuales. Las crisis socioeconómicas argentinas.

ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN - CÓDIGO 26 - 4 HORAS SEMANALES

El hombre y los valores éticos. Moral pública y moral privada. Ética y deontología del comunicador social. La calidad de las comunicaciones masivas. El problema de la objetividad y la subjetividad. La imparcialidad. La credibilidad de los medios de comunicación. El rol del comunicador social en la formación de la opinión pública. La libertad de prensa y sus límites. Códigos de ética del periodista. Códigos de ética en la comunicación institucional.

HABILITACIÓN PROFESIONAL I - CÓDIGO 27 - 4 HORAS SEMANALES

Aplicación de conocimientos adquiridos al desarrollo de una campaña de comunicación institucional en medios gráficos, audiovisuales e Internet. Aplicación de técnicas periodísticas a la realización de una revista o página web.

Materias Optativas de Formación General

TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN - CÓDIGO 227 - 2 HORAS SEMANALES

La vida presenta una innumerable cantidad de conflictos y controversias; la profundización en las causas y orígenes de las distintas alternativas de este tipo que pueden presentarse resulta de utilidad para los que se desempeñan en organizaciones. El manejo de técnicas de negociación complementa la formación para dar salida a este tipo de relaciones conflictivas. (Primer cuatrimestre)

PSICOLOGÍA Y COMUNICACIÓN - CÓDIGO 238 - 2 HORAS SEMANALES

Aportes de la Psicología al entendimiento de los fenómenos de la comunicación. La comunicación vista desde diferentes enfoques psicológicos: conductismo, Gestalt, New Look y Psicoanálisis. La Escuela Pragmática de Palo Alto.

HISTORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN - CÓDIGO 239 - 2 HORAS SEMANALES

La matriz renacentista del periodismo contemporáneo. Desde la noticia manuscrita hasta los tabloides. El origen de la censura. La prensa como parte constitutiva de la política. La explosión de la prensa a partir de la guerra civil norteamericana. La prensa de los siglos XIX y XX en la Argentina. Las tendencias del siglo XXI.

FRANCES II - CODIGO 237 - 2 HORAS SEMANALES

Se dará a los alumnos los elementos para empezar a aplicar los conocimientos básicos adquiridos en el nivel anterior y se les marcarán pautas para la correcta producción oral y escrita. Apuntarán a saludar, presentarse, dirigirse a alguien, pedir, disculparse, argumentar, refutar, sugerir, organizar, proponer, aceptar, rechazar, cómo preguntar, cómo responder afirmativa y negativamente, etc. de la mano de estructuras gramaticales sistematizadas.

El verbo como centro de la comunicación: grupos, modos, formas, tiempos (formas flexionales). Revisión de pronombres, sujeto, objeto directo e indirecto. Imperativo y OD y OI. Pronombres adverbiales de lugar. Preposiciones. Revisión de adjetivos posesivos. Pronombres posesivos. Revisión de adjetivos demostrativos. Pronombres demostrativos. Adjetivos calificativos, género y número (otros). Adverbios. Verbos auxiliares, regulares e irregulares. Modo indicativo: Correlación de tiempos. Verbos pronominales (particularidades en los tiempos compuestos). Verbos impersonales. El modo imperativo y los pronombres OD y OI.

FRANCÉS III - CÓDIGO 238 - 2 HORAS SEMANALES

La materia se propone mejorar la capacidad de interpretación del mensaje a partir de la lectura, realizar a partir de la lectura el abordaje de temas de complejidad creciente, poder separar los elementos clave de un texto de aquellos secundarios e innecesarios con miras a lograr un resumen coherente y sintético del mismo, y poder diferenciar desde su estructura diferentes tipos de textos y encontrar similitudes y diferencias entre éstos y aquellos similares en lengua materna.

Contenidos: el verbo como centro de la comunicación: grupos, modos, formas, tiempos (formas flexionales). Subjuntivo, formas y usos. Del participio presente (equivalentes adverbiales) al Gerundio. Verbos auxiliares, regulares e irregulares. Modo indicativo: identificación y sistematización de formas del presente, los tiempos del pasado, formas del futuro, condicional. Verbos pronominales. Identificación y sistematización del modo imperativo (fórmulas para ordenar y prohibir) y de los pronombres OD y OI asociados al modo imperativo. Identificación y sistematización de pronombres, sujeto, objeto directo e indirecto, pronombres adverbiales de lugar y preposiciones. El complemento del nombre. Identificación y sistematización de adjetivos y pronombres posesivos, adjetivos y pronombres demostrativos. Adverbialización a partir del adjetivo. Adverbios y locuciones adverbiales. Juxtaposición, coordinación y subordinación.

4to Año - Materias comunes a todas las orientaciones.

TRABAJO FINAL DE CARRERA - CÓDIGO 150 - 2 HORAS SEMANALES

Elementos para la preparación de la Tesina o Trabajo Final de la Carrera.

HABILITACIÓN PROFESIONAL II - CÓDIGO 31 - 4 HORAS SEMANALES

Desarrollo del espíritu emprendedor. Creatividad e innovación. Aplicación de todos los conocimientos adquiridos al desarrollo de un producto o servicio sustentable vinculado con la comunicación institucional o a proyectar la creación de una empresa relacionada con la comunicación.

4to Año

- Orientación Periodismo

PERIODISMO RADIAL - CÓDIGO 28 - 5 HORAS SEMANALES

El lenguaje periodístico radial. La preproducción y la producción periodística. La redacción periodística en radio. El flash informativo. El reportaje radial. Realización de un programa periodístico en radio. Práctica en estudios.

TALLER DE INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA I - CÓDIGO 29 - 6 HORAS SEMANALES

El periodismo como “perro guardián”. Las grandes investigaciones periodísticas de los siglos XX y XXI. El caso Watergate. La Argentina, desde Rodolfo Walsh hasta la actualidad. Características, técnicas y procedimientos específicos de la investigación periodística. Los aportes de otras disciplinas. Los muros que dificultan la investigación periodística.

PERIODISMO DIGITAL - CÓDIGO 30 - 4 HORAS SEMANALES

El lenguaje periodístico en Internet. Texto e hipertexto. Análisis de las principales páginas de medios periodísticos en la red.

PERIODISMO TELEVISIVO - CÓDIGO 32 - 5 HORAS SEMANALES

El lenguaje periodístico en la televisión. La preproducción y la producción periodística. El relato de una noticia en televisión. La edición periodística en televisión. La entrevista televisiva. Práctica en estudios y en exteriores.

TALLER DE INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA II - CÓDIGO 33 - 6 HORAS SEMANALES

El problema y el tema. Las fuentes: información bibliográfica, uso de los archivos, documentos reservados, testimonios “clave”. Las leyes de acceso a la información. Crítica y autocritica de la investigación desviada. Foco y desplazamiento de la investigación. Dilemas éticos en la investigación periodística. La presentación de la nota de investigación.

Materias Optativas de Formación Específica

PERIODISMO CIENTÍFICO - CÓDIGO 102 - 4 HORAS SEMANALES

Del rigor y la profundización en el análisis de las temáticas científicas a la divulgación sin distorsionar la realidad. El trabajo del periodista científico. Revistas y otros medios especializados. Generalistas y especialistas. Diálogo con periodistas especializados.

PERIODISMO POLÍTICO - CÓDIGO 103 - 4 HORAS SEMANALES

Nociones de teoría del Estado y de derecho constitucional. Repaso de la historia argentina desde 1810 hasta la actualidad. Las instituciones políticas y la Constitución. Las fuentes informativas.

Cobertura de hechos políticos. Los lugares clave del periodismo político. La Casa de Gobierno. El Congreso. El Palacio de Tribunales. Los principales factores de poder: las fuerzas armadas, el sindicalismo, la Iglesia. Los voceros oficiales y su función. Las salas de periodistas. Política y opinión pública. El tratamiento de la información política y el tratamiento periodístico de las encuestas de intención de voto y de imagen. Diálogo con periodistas especializados y con los voceros del poder político.

PERIODISMO ECONÓMICO - CÓDIGO 104 - 4 HORAS SEMANALES

La política económica argentina y los problemas estructurales y de coyuntura. Las crisis argentinas y el contexto mundial. Lectura sistemática de los medios gráficos y audiovisuales para tratar de saber qué pasa en el mundo económico de nuestros días y sus causas. Diálogo con periodistas especializados.

PERIODISMO DEPORTIVO - CÓDIGO 105 - 4 HORAS SEMANALES

Deporte amateur y profesional. Etica deportiva. Deportes individuales y de equipos. La cobertura periodística de eventos deportivos. Diálogo con periodistas especializados.

PERIODISMO CULTURAL Y DE ESPECTÁCULOS - CÓDIGO 106 - 4 HORAS SEMANALES

El teatro. El cine. La televisión. El arte en los medios de comunicación. El espectáculo a través de la historia. El mercado del espectáculo. La crítica y el comentario de espectáculos. Cobertura periodística de obras teatrales, películas, programas de televisión y otros eventos culturales. Diálogo con periodistas especializados.

4to Año

Orientación Comunicación Institucional

TALLER DE REDACCIÓN PUBLICITARIA - CÓDIGO 34 - 5 HORAS SEMANALES

Creatividad publicitaria. Redacción publicitaria para medios gráficos. Avisos en diarios y revistas. Afiches de vía pública. Redacción publicitaria para medios audiovisuales. Comerciales para radio y televisión. La idea. El concepto clave. Estímulo y respuesta. La narración. La producción. Efectos visuales y sonoros. El lanzamiento de una campaña.

COMUNICACIÓN EMPRESARIAL - CÓDIGO 35 - 6 HORAS SEMANALES

La empresa como institución. Identidad e imagen. Visión y misión. Cultura corporativa. Planificación de la comunicación empresarial. Comunicación y marketing. El mix de marketing. Distinción de públicos. Relaciones gubernamentales. Relaciones con la comunidad. Relaciones con los clientes y proveedores. Relaciones con la prensa. Relaciones con ONG. La oficina de prensa. La comunicación en casos de crisis. Media training.

COMUNICACIÓN POLÍTICA - CÓDIGO 36 - 6 HORAS SEMANALES

La política: sus definiciones. El poder. El sistema político. La constelación de poder. El sistema político y la constelación de poder en la Argentina. La comunicación y el marketing políticos. Las campañas electorales. La propaganda política. Diseño de estrategias de prensa. El empleo de las encuestas. Cómo manejar la imagen de un candidato. Gerenciamiento de la imagen de un gobierno. Auditoría de imagen. Media training.

COMUNICACIÓN INTERNA - CÓDIGO 37 - 4 HORAS SEMANALES

Las relaciones con el personal. Herramientas para la comunicación interna. El uso del correo electrónico. Las carteleras. El "house organ". El rumor. Comunicación en casos de crisis internas. Cómo manejar los conflictos de personal a través de la comunicación.

COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES - CÓDIGO 38 - 5 HORAS SEMANALES

Qué son las organizaciones no gubernamentales (ONG). El llamado tercer sector. Identidad e imagen de fundaciones y organizaciones de bien público. Campañas institucionales de bien público. Mecenazgo y patrocinio. "Fund raising". Diseño de folletos institucionales y empleo de Internet.

Materias Optativas de Formación Específica

COMERCIALIZACIÓN - CÓDIGO 100 - 4 HORAS SEMANALES

Concepto de marketing. Variables controlables e incontrolables. Del marketing local al marketing global. El plan estratégico. El proceso de marketing. Investigación de mercado. Motivaciones del consumidor. Mercado de consumo. Ventajas competitivas. Técnicas promocionales.

PROTOCOLO Y CEREMONIAL - CÓDIGO 101 - 4 HORAS SEMANALES

Introducción al protocolo y ceremonial. Protocolo en la empresa. Protocolo en el sector público. Normas de etiqueta y comportamiento social. Protocolo internacional y diplomático. El área de Ceremonial en instituciones oficiales, empresariales y sociales. Códigos y procedimientos protocolares.

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS - CÓDIGO 107 - 4 HORAS SEMANALES

Tipos de eventos. Lanzamiento de productos o servicios. Presentación de libros. Convenciones y congresos. Ferias y exposiciones. Seminarios y conferencias. Inauguraciones. Muestras de arte. Wedding planning. Espectáculos y festivales.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN - CÓDIGO 108 - 4 HORAS SEMANALES

Sistema educativo, medios de comunicación y tecnología educativa. Multiculturalismo y transmisión educativa. Sujetos de la educación y horizontes del futuro. Diseño de proyectos educativos en función de la tecnología. Los medios de comunicación masiva y la educación formal. Medios gráficos y audiovisuales educativos. Internet como medio de educación.

TÉCNICAS PROMOCIONALES - CÓDIGO 108 - 4 HORAS SEMANALES

Promoción, marketing directo y merchandising. Estrategia promocional. Marketing directo y nuevas tecnologías. Bases de datos. El uso de Internet. El telemarketing. Promoción de ventas. La promoción y las comunicaciones integradas.