



Universidad Nacional de San Juan

SAN JUAN, 15 OCT. 2014

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

VISTO:

EL EXPEDIENTE N° 04-2740-S-14, CARATULADO: "SECRETARÍA ACADÉMICA. S/MODIFICACIÓN DE ORD.N° 003/CD-2014"; Y

CONSIDERANDO:

QUE MEDIANTE LAS PRESENTES ACTUACIONES LA SECRETARÍA ACADÉMICA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA UNSJ SOLICITA SE MODIFIQUE LA ORDENANZA N° 3/14-CD-FCS "NUEVO PLAN DE ESTUDIO DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL", A MODO DE TEXTO ORDENADO, CONTENIDA EN EL EXPTE.N° 04-2213-D-14.

QUE FUNDAMENTA EL PEDIDO EN LA NECESIDAD DE DAR RESPUESTA A LO REQUERIDO POR EL CONSEJO SUPERIOR EN SESIÓN DE FECHA 02/10/2014 (ACTA N° 15/14-CS), OPORTUNIDAD EN LA CUAL SE APROBÓ POR MAYORÍA EL DICTAMEN N° 23/14 DE LA COMISIÓN ACADÉMICA QUE SUGERÍA LA MODIFICACIÓN DE LA ORDENANZA N° 0003/CD-2014 EN LO QUE RESPECTA A CERTIFICACIÓN QUE ACREDITE LA ORIENTACIÓN CURSADA (FS. 106) TERCER PÁRRAFO; RAZÓN POR LA CUAL SE DISPUSO VOLVER LOS ACTUADOS (EXPT.E.N° 04-2213-D-14) A LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES PARA DAR CUMPLIMIENTO A LA MODIFICACIÓN DE LA NORMA ALUDIDA Y, UNA VEZ FORMALIZADA, SE CONSIDERARÍA EN LA PRÓXIMA REUNIÓN DEL CUERPO.

QUE A LOS FINES DE EVITAR CONFUSIONES AL MOMENTO DE SER ELEVADA A LA SECRETARÍA DE POLÍTICAS UNIVERSITARIAS PARA SU ACREDITACIÓN, ES QUE LA SECRETARÍA ACADÉMICA INICIA UN NUEVO EXPEDIENTE, ADJUNTANDO A FS.2/8 LA

(CORRESPONDE A ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//2.-

PARTICIPACIÓN DEL CONSEJO DEPARTAMENTAL Y DEL CLAUSTRO DOCENTE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, DESGLOSADO DEL ANTERIOR (EXPTE.Nº 04-2213-D-14), POR LA QUE SE APRUEBA EL PROYECTO DE CAMBIO DE PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL PARA SER IMPLEMENTADO A PARTIR DEL CICLO LECTIVO 2015-2016.

QUE A FS.9/89 DEL EXPEDIENTE DE REFERENCIA CORRE AGREGADA COPIA DE LA ORDENANZA Nº 3/14-CD-FCS LA QUE ES DEJADA SIN EFECTO POR LA ORDENANZA Nº 8/14-CD-FCS DEL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE ESTA CASA DE ALTOS ESTUDIOS; APROBANDO ESTA ÚLTIMA, EL PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL QUE OTORGA EL TÍTULO DE “LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL”, CONFORME AL ANEXO DE LA MISMA.

QUE LA SECRETARÍA SEÑALA QUE PARA LA EMISIÓN DE LA ORDENANZA Nº 8/14-CD-FCS SE HA TENIDO EN CUENTA LO REQUERIDO POR LA COMISIÓN ACADÉMICA DEL CONSEJO SUPERIOR, QUE SON CORRECCIONES DE FORMA Y NO DE FONDO.

QUE EL NUEVO PLAN DE ESTUDIOS SE ENMARCA EN EL RECONOCIMIENTO DEL PAPEL QUE LE CORRESPONDE A LA UNIVERSIDAD PÚBLICA EN LA CONSTRUCCIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE UNA SOCIEDAD INCLUSIVA, SOLIDARIA Y DEMOCRÁTICA; GARANTIZANDO LA EDUCACIÓN PÚBLICA, LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y EL PLURALISMO DE IDEAS, QUE DEMANDA A LA VEZ UN FUERTE COMPROMISO CON LA SOCIEDAD QUE LA SOSTIENE.

QUE ES POR ELLO, QUE SE ENTIENDE QUE LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA DEBE PERMITIR EL DESARROLLO DE SUJETOS SOCIALES CAPACES DE COMPRENDERSE COMO  
(CORRESPONDE A ORDENANZA Nº 027 / 14-CS) //.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//3.-

PRODUCTOS, PRODUCTORES Y PARTE DE LA REALIDAD HISTÓRICA SOCIAL EN LA QUE VIVEN, ADEMÁS DE COMPRENDER LA COMPLEJIDAD DE SU PROPIA CULTURA EN INTERRELACIÓN CON LAS DEMÁS CULTURAS EN EL MUNDO.

QUE LA ESTRUCTURA CURRICULAR DE LA CARRERA A DESARROLLAR EN CUATRO AÑOS Y UN CUATRIMESTRE, SE ENCUENTRA ORGANIZADA EN DOS CICLOS: 1) CICLO BÁSICO COMÚN Y 2) CICLO SUPERIOR ORIENTADO, CON UNA TESINA FINAL; OFRECIENDO EL ÚLTIMO CICLO, CUATRO ORIENTACIONES: COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA, COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, COMUNICACIÓN EDUCATIVA Y COMUNICACIÓN COMUNITARIA.

QUE EL CONSEJO SUPERIOR, EN OPORTUNIDAD DEL TRATAMIENTO DEL TEMA EN EXAMEN, APROBÓ POR MAYORÍA DE SUS MIEMBROS PRESENTES RATIFICAR LA ORDENANZA N° 8/14-CD-FCS Y DISPUSO LA EMISIÓN DE LA PRESENTE NORMA CON FECHA 15/10/2014.

POR ELLO, EN USO DE SUS ATRIBUCIONES Y DE ACUERDO CON LO RESUELTO EN SESIÓN DEL DÍA 14 DE OCTUBRE DE 2014 (ACTA N° 18/14-CS).

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN JUAN

ORDENA:

ARTÍCULO 1°.- RATIFÍCASE EN TODOS SUS TÉRMINOS LA ORDENANZA N° 8/14-CD-FCS, EMITIDA POR EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN JUAN, POR MEDIO DE LA CUAL SE DEJA SIN

(CORRESPONDE A ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//4.-

EFFECTO LA ORD.Nº 3/14-CD-FCS Y SE APRUEBA EL NUEVO PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA DE GRADO "LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL" QUE OTORGA EL TÍTULO DE "**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**", CONFORME AL TEXTO QUE COMO ANEXO FORMA PARTE INTEGRANTE DE LA PRESENTE.-

ARTÍCULO 2º.- REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y OPORTUNAMENTE ARCHÍVESE.-

ORDENANZA Nº **027 / 14-CS**



  
Lic. DANIEL DURAN  
CONSEJERO REPRESENTANTE DEL PAU.  
CONSEJO SUPERIOR - U.N.S.J.

  
Dr. Ing. OSCAR NASISI  
PRESIDENTE  
CONSEJO SUPERIOR - U.N.S.J.



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

## ANEXO

### IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

CAMBIO DE PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

### RESPONSABLES DEL PROYECTO

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN -FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES- UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN JUAN

### TÍTULO

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

### MODALIDAD DE LA CARRERA

PRESENCIAL

### REQUISITOS DE ADMISIÓN

LAS CONDICIONES DE INGRESO A ESTA CARRERA SON LAS ESTIPULADAS EN EL ARTÍCULO 7° DE LA LEY DE EDUCACIÓN SUPERIOR. EL INGRESO A ESTA CARRERA QUEDA SUJETO A LAS CONDICIONES FIJADAS POR EL REGLAMENTO ACADÉMICO DE LA UNSJ Y LAS RESOLUCIONES PERTINENTES DEL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA UNSJ.

### DURACIÓN DE LA CARRERA

CUATRO AÑOS Y UN CUATRIMESTRE

### REQUISITOS DE LA TITULACIÓN

TESINA: EL TRABAJO FINAL DE INVESTIGACIÓN O INTERVENCIÓN ESTARÁ SUJETO A UN REGLAMENTO DE TESINA ELABORADO POR EL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN. PREVIO A SU PRESENTACIÓN EL ALUMNO/A DEBERÁ HABER RENDIDO LA TOTALIDAD DE LAS ASIGNATURAS DE LA CARRERA.

### CARGA HORARIA TOTAL

2730 HORAS RELOJ

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//2.-

**COMISIÓN REDACTORA**

LIC. SANDRA E. BUSO  
MG. CECILIA I. YORNET  
ESP. LUCIANA CORIA

**COLABORADORES**

LIC. ANA CELINA PUEBLA  
LIC. MÓNICA COCA  
LIC. MÓNICA RAFFAELE  
LIC. CRISTINA LÓPEZ  
LIC. GUILLERMO COLLADO MADCUR  
LIC. ALBERTO GOYA  
ESP. MARIELA MIRANDA  
LIC. MARÍA NATALIA DÍAZ  
LIC. MARÍA DE LOS ÁNGELES ZORRILLA  
LIC. CECILIA VILA

**DESCRIPCIÓN RESUMIDA**

LA PROPUESTA DE NUEVO PLAN DE ESTUDIOS PARA LA CARRERA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL CONSISTE EN UNA CURRÍCULA A DESARROLLAR EN CUATRO AÑOS Y UN CUATRIMESTRE. LA CARRERA SE ESTRUCTURA EN DOS CICLOS: BÁSICO COMÚN (DOS AÑOS) Y SUPERIOR ORIENTADO (DOS AÑOS Y UN CUATRIMESTRE), CON TESINA FINAL.

EL CICLO SUPERIOR OFRECE CUATRO ORIENTACIONES: COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA, COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, COMUNICACIÓN EDUCATIVA Y COMUNICACIÓN COMUNITARIA. EL TÍTULO A OTORGAR ES LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL.-

**MARCO POLÍTICO-CONCEPTUAL**

TODA CURRÍCULA SE ENTIENDE Y EXPLICITA COMO UN CONJUNTO DE DETERMINACIONES QUE IMPLICA UNA PARTICULAR VISIÓN SOBRE LA CULTURA Y UNA FORMA DE DEFINIR Y CONSTRUIR EL CONOCIMIENTO. ESTE CONJUNTO DE DETERMINACIONES QUE TRATA SOBRE LO QUE SE DEBE ENSEÑAR Y EVALUAR, PARA QUÉ Y CÓMO DEBE HACERSE, ES SIEMPRE UNA PROPUESTA POLÍTICO-EDUCATIVA.

NUESTRA PROPUESTA SE ENMARCA EN EL RECONOCIMIENTO DEL PAPEL QUE CORRESPONDE A LA UNIVERSIDAD PÚBLICA EN LA CONSTRUCCIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE UNA SOCIEDAD INCLUSIVA, SOLIDARIA Y DEMOCRÁTICA.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//3.-

LA EDUCACIÓN PÚBLICA, QUE GARANTIZA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y EL PLURALISMO DE IDEAS, NOS DEMANDA A LA VEZ UN FUERTE COMPROMISO CON LA SOCIEDAD QUE LA SOSTIENE.

DESDE ESTA POSTURA, SE ENTIENDE QUE LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA DEBE PERMITIR EL DESARROLLO DE SUJETOS SOCIALES CAPACES DE COMPRENDERSE COMO PRODUCTOS, PRODUCTORES Y PARTE DE LA REALIDAD HISTÓRICA SOCIAL EN LA QUE VIVEN, Y DE COMPRENDER LA COMPLEJIDAD DE SU PROPIA CULTURA EN INTERRELACIÓN CON LAS DEMÁS CULTURAS EN EL MUNDO. LOS ESTUDIOS EN COMUNICACIÓN SOCIAL QUE SON OBJETO DE ESTA PROPUESTA SE ENCUADRAN EN ESA VISIÓN.

LA HISTORIA DEL CAMPO COMUNICACIONAL PONE EN EVIDENCIA SU PECULIAR ESTATUTO EPISTEMOLÓGICO. SU DESARROLLO ES EN REALIDAD EL DE MUCHAS HISTORIAS. ESTA DIVERSIDAD ES PROFUNDA Y OBEDECE A LA PRESENCIA DE UN OBJETO MULTIFACÉTICO CON LA CONSECUENTE VARIEDAD TAMBIÉN DE CUERPOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS. PARALELAMENTE, EL DESARROLLO DE LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN NO ESTÁ DESLIGADO DE LOS AVATARES EPISTEMOLÓGICOS DE LAS CIENCIAS SOCIALES DE LAS QUE FORMA PARTE.

EN PARTICULAR, LA SITUACIÓN DE LOS ESTUDIOS COMUNICACIONALES SE COMPLEJIZA POR PARTICIPAR LA COMUNICACIÓN EN FORMAS QUE SE ENCUENTRAN PRESENTES EN TODOS LOS CAMPOS DEL CONOCIMIENTO EN TANTO TRANSMISIÓN DE HERENCIA CULTURAL, INTERACCIÓN Y ESPACIO ESTRATÉGICO PARA GENERAR ACCIÓN. LA COMPLEJIDAD SE PROFUNDIZA AÚN MÁS CUANDO LA COMUNICACIÓN SE PRESENTA BAJO LA ESPECIE MEDIÁTICA, COMO UN OBJETO EN EXPANSIÓN Y UN OBJETO DE REFLEXIÓN DEMASIADO RECIENTE.

LA DEFINICIÓN Y LA FORMULACIÓN CONCEPTUAL QUE REQUIERE TRADICIONALMENTE LA ACADEMIA CONSTITUYEN UNA MANERA DE MARCAR LOS LÍMITES DE UN OBJETO DE ESTUDIO QUE POSEE NUMEROSOS Y COMPLEJOS ATRIBUTOS Y QUE CONSTITUYE EN LA ACTUALIDAD UNO DE LOS PROBLEMAS CULTURALES MÁS DISCUTIDOS. EL AVANCE TECNOLÓGICO, LA IRRUPCIÓN DE NUEVOS ACTORES SOCIALES, LA EMERGENCIA DE DIVERSIDADES CULTURALES Y EL CORRIMIENTO DE LOS LÍMITES DISCIPLINARIOS HAN MULTIPLICADO LAS MIRADAS HACIA LA PROBLEMÁTICA COMUNICACIONAL.

EN ESTE CONTEXTO NUESTRA APROXIMACIÓN A LA COMPLEJIDAD DEL OBJETO COMUNICACIONAL LA HACEMOS DESDE UN ENFOQUE INTER Y TRANSDISCIPLINARIO. ELLO IMPLICA ABORDAR LA COMUNICACIÓN NO SÓLO COMO TECNOLOGÍA, COMO ACONTECIMIENTO SOCIAL, COMO SÍNTOMA Y/O CONSECUENCIA DE UNA REALIDAD, SINO COMO RESULTADO DE RELACIONES SOCIALES, COMO UNA DIMENSIÓN CONSTITUTIVA DEL TEJIDO SOCIAL Y COMO PRODUCCIÓN SOCIAL DE SIGNIFICACIÓN. EL RECONOCIMIENTO DE LA NATURALEZA TRANSDISCIPLINAR DE LA COMUNICACIÓN EXIGE, DESDE EL NIVEL

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS) //.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//4.-

INTELLECTUAL, INTRÍNSECO A LA ACADEMIA, LA ARTICULACIÓN DE DISTINTOS SABERES A FIN DE DELIMITAR LA ESPECIFICIDAD DE UN OBJETO DE ESTUDIO COMPARTIDO POR OTROS CAMPOS. ABORDAR LA DIMENSIÓN COMUNICATIVA INTEGRANDO DIVERSOS SABERES IMPLICA UNA MIRADA QUE RECONOZCA QUE EN UN ESPACIO SOCIAL CONVIVEN MÚLTIPLES Y DISTINTAS VERSIONES DE LA REALIDAD. DE ESTA MANERA LA ESPECIFICIDAD DEL COMUNICADOR ES ARTICULAR PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN Y MOVIMIENTOS SOCIALES EN UN MARCO DE DIVERSIDAD SOCIOCULTURAL. EN ESTE SENTIDO, EL COMUNICADOR ES UN PROFESIONAL CON CAPACIDAD DE INTERPELAR LA DINÁMICA SOCIAL PARA OPERAR CRÍTICA Y VALORATIVAMENTE DESDE SU DIMENSIÓN COMUNICATIVA. LA PARTICULARIDAD DISCIPLINARIA DE LA COMUNICACIÓN REQUIERE QUE LA ACADEMIA TRASCIENDA LA FORMACIÓN DE UN SIMPLE EJECUTOR DE PRODUCTOS COMUNICACIONALES PARA PERFILAR UN PROFESIONAL CAPAZ DE REPENSAR Y USAR, A LA LUZ DE LA REALIDAD, SUS SABERES TEÓRICOS Y DEFINIR ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN EN ARAS DE HORIZONTES ALTERNATIVOS.

LA FORMACIÓN DEL PROFESIONAL DEL SIGLO XXI PRESENTA UNAS CARACTERÍSTICAS EPISTEMOLÓGICAS SUPERADORAS DE LAS TENDENCIAS FRAGMENTARIAS Y DISOCIATIVAS ENTRE TEORÍA Y ACCIÓN, ENTRE LO EXPLÍCITO Y LO TÁCITO; TENDENCIAS A LA SIMPLIFICACIÓN Y AL REDUCCIONISMO; TENDENCIAS ADAPTATIVAS QUE PARALIZAN LOS PROCESOS DE CUESTIONAMIENTO Y DE CONSTRUCCIÓN DE UN CONOCIMIENTO Y UNA ACCIÓN QUE RESPONDAN A LA NATURALEZA PROBLEMÁTICA, INCIERTA E INTRINCADA DE LOS PROCESOS COMUNICATIVOS.

DESDE LA FORMACIÓN ACADÉMICA LO COMUNICACIONAL NO PUEDE IGNORAR LOS CAMBIOS DECISIVOS DE LA ACELERACIÓN TECNOLÓGICA Y SU INCIDENCIA EN LA SOCIEDAD. A DIFERENCIA DE OTROS CAMPOS DISCIPLINARIOS, SON TAMBIÉN ESOS CAMBIOS LOS QUE CONFORMAN SU MATERIA DE ESTUDIO, EN TANTO CONDICIONES DE PRODUCCIÓN Y RECEPCIÓN, AL MISMO TIEMPO QUE REDEFINEN LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES TRADICIONALES Y ABREN CAMPOS EMERGENTES EN EL ÁMBITO PROFESIONAL.

LOS DEBATES QUE DIERON LUGAR A ESTA PROPUESTA FUERON SIMULTÁNEOS A LAS IMPORTANTES DISCUSIONES QUE, A NIVEL NACIONAL, CULMINARON CON UN NUEVO MARCO DE POLÍTICAS PÚBLICAS COMUNICACIONALES. LAS UNIVERSIDADES NACIONALES —ENTRE ELLAS LA NUESTRA— TUVIERON UN ROL DESTACADO EN LA CONSTRUCCIÓN DE LO QUE HOY ES UN PARADIGMA RADICALMENTE DISTINTO AL QUE HABÍA EN DÉCADAS ANTERIORES. ESA IMPRONTA ESTÁ REFLEJADA Y CONTENIDA EN ESTA PROPUESTA CURRICULAR QUE RECONOCE NUEVOS ACTORES, INCORPORA LOS CAMBIOS TECNOLÓGICOS, ENTIENDE LA COMUNICACIÓN COMO UNA ACTIVIDAD DE INTERÉS PÚBLICO Y CONSIDERA LA COMUNICACIÓN COMO UN DERECHO HUMANO.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-





Universidad Nacional de San Juan

## CONSEJO SUPERIOR

— \*\*\* —

//5.-

## OBJETIVOS

### GENERAL:

- ACTUALIZAR LA PROPUESTA CURRICULAR DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA UNSJ.

### ESPECÍFICOS:

- AFIANZAR EL ENCUADRE EPISTEMOLÓGICO DE LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL MARCO DE LAS CIENCIAS SOCIALES.
- JERARQUIZAR SABERES PARA EL EJERCICIO PROFESIONAL RELACIONADOS CON LAS TRADICIONES ACADÉMICAS DEL DEPARTAMENTO
- CANALIZAR LOS CAMPOS EMERGENTES EN EL ESTUDIO Y PRÁCTICAS COMUNICATIVAS A TRAVÉS DE NUEVAS ORIENTACIONES.
- ADECUAR LA PROPUESTA CURRICULAR AL NUEVO MARCO LEGAL ESTABLECIDO PARA LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EN NUESTRO PAÍS Y AL PARADIGMA EN EL QUE SE INSERTA.
- MODIFICAR LOS ASPECTOS IDENTIFICADOS COMO CAUSANTES DE DESGRANAMIENTO, DESERCIÓN Y DEMORA EN LA FINALIZACIÓN DE LA CARRERA.
- INCORPORAR LAS TECNOLOGÍAS BASADAS EN LA CONVERGENCIA DIGITAL COMO CONTENIDO TRANSVERSAL.
- RESPONDER CON ESPACIOS CONCRETOS AL PERFIL DE COMPROMISO SOCIAL DEFINIDO POR EL CLAUSTRO.
- FORTALECER LOS SABERES DE LOS ALUMNOS EN TORNO DE LAS PRÁCTICAS DE LECTURA Y ESCRITURA.

## ANTECEDENTES

### LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN JUAN

LOS ESTUDIOS RELACIONADOS CON LA COMUNICACIÓN SOCIAL SE REMONTAN, EN LA PROVINCIA DE SAN JUAN, A LA DÉCADA DE 1950.

EN 1956, POR INICIATIVA PRIVADA, SE DICTÓ POR PRIMERA VEZ EN LA PROVINCIA UN CURSO EXPERIMENTAL DE PERIODISMO, DE UN AÑO DE DURACIÓN.

EN 1957 FUE CREADA LA ESCUELA DE PERIODISMO SARMIENTO, TAMBIÉN DE CARÁCTER PRIVADO, CON UNA CARRERA DE TRES AÑOS DE DURACIÓN QUE OFRECÍA EL

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//6.-

TÍTULO DE LICENCIADO EN PERIODISMO.

EL 24 DE JULIO DE 1959 FUE CREADA LA ESCUELA DE PERIODISMO SARMIENTO COMO ENTIDAD DEPENDIENTE DE LA DIRECCIÓN DE CULTURA DE LA PROVINCIA. LA CARRERA TENÍA EL MISMO TÍTULO Y DURACIÓN.

EN 1961 FUE CREADA, CON LA MISMA DEPENDENCIA Y TÍTULO LA ESCUELA DE PERIODISMO Y CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES.

EL 11 DE AGOSTO DE 1964 NACE EL INSTITUTO SUPERIOR DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN DEPENDIENTE DE LA UNIVERSIDAD PROVINCIAL DOMINGO FAUSTINO SARMIENTO. EL TÍTULO FUE DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN; LA CARRERA TENÍA TRES AÑOS DE DURACIÓN.

EN 1967, LUEGO DE UN NUEVO CAMBIO DE PLAN DE ESTUDIOS, EL TÍTULO FUE DE PERIODISTA DIPLOMADO, LUEGO DE UNA CARRERA DE TRES AÑOS.

FUE EN 1972 CUANDO SE CREA EL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, DEPENDIENTE DE LA UNIVERSIDAD PROVINCIAL SARMIENTO. EN 1973 ESTE DEPARTAMENTO Y SU CARRERA PASAN A DEPENDER DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN JUAN.

LUEGO DE UN CAMBIO DE PLAN DE ESTUDIOS, EN 1974 EL TÍTULO OTORGADO PASA A SER EL DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, CON UNA CARRERA DE CINCO AÑOS DE DURACIÓN.

EN 1979 ES MODIFICADO EL PLAN DE ESTUDIOS, SIN CAMBIAR LA DURACIÓN DE LA CARRERA, SU DENOMINACIÓN NI EL TÍTULO. LA PARTICULARIDAD ESTÁ DADA POR LA INCORPORACIÓN DE LOS TÍTULOS INTERMEDIOS TÉCNICO EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y TÉCNICO EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA, OBTENIDOS LUEGO DE TRES AÑOS DE CURSADO.

EN 1993 EL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN IMPLEMENTA UN NUEVO PLAN DE ESTUDIOS PARA UNA CARRERA DE CINCO AÑOS DE DURACIÓN CUYO TÍTULO ES LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL. PARALELAMENTE CREA DOS TECNATURAS DE PRE GRADO UNIVERSITARIO: LA TECNATURA UNIVERSITARIA EN PERIODISMO Y LA TECNATURA UNIVERSITARIA EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA. EL PLAN 1993 TUVO NUMEROSAS Y SUCESIVAS MODIFICACIONES QUE DIERON LUGAR A DISTINTAS VERSIONES.

**EL CAMINO HACIA UNA NUEVA PROPUESTA CURRICULAR**

EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, EL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN HA ENCARADO ACCIONES CON MIRAS A PRODUCIR CAMBIOS INTEGRALES EN SU PROPUESTA CURRICULAR. ESAS ACCIONES FUERON, SINTÉTICAMENTE, LAS SIGUIENTES:

- "TALLER DEPARTAMENTAL PARA LA TRANSFORMACIÓN CURRICULAR", REALIZADO EN SEPTIEMBRE DE 1997, CON LA COORDINACIÓN DE LA DIRECCIÓN Y

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS) //.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

117.-

VICEDIRECCIÓN DEL DEPARTAMENTO Y EQUIPO DE DOCENTES. SE ACORDÓ LA FORMACIÓN DE COMISIONES QUE SE ABOCARÍAN AL ANÁLISIS DE ASPECTOS RELACIONADOS CON EL INGRESO, CON CUESTIONES ACADÉMICAS, CON LA PROBLEMÁTICA UNIVERSITARIA EN GENERAL Y, ESPECÍFICAMENTE, UNA COMISIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS.

- EN 1998, EN EL MARCO DE LAS ACTIVIDADES PROPUESTAS POR ESTA COMISIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS, SE EFECTUARON REUNIONES ESPECÍFICAS DEL ÁREA PUBLICIDAD DEL DEPARTAMENTO, EN LAS CUALES SE REFLEXIONÓ Y DEBATIÓ SOBRE LA NECESARIA REDEFINICIÓN DE ESTA ÁREA.
- EN EL MISMO AÑO, LA COMISIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS REALIZÓ UNA CONSULTA POR ESCRITO A TODOS LOS MIEMBROS DEL CLAUSTRO DOCENTE DEL DEPARTAMENTO. DE ESTE RELEVAMIENTO SE EXTRAJERON LAS SIGUIENTES OBSERVACIONES: LA NECESIDAD DE ACTUALIZAR LOS PLANES DE ESTUDIO EN LO REFERENTE A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN; EVALUAR LA POSIBILIDAD DE IMPLEMENTAR LA ORIENTACIÓN EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL; EL CUESTIONAMIENTO A LAS TECNICATURAS VIGENTES; CONTEMPLAR LA EXISTENCIA DE UN CICLO BÁSICO COMÚN PARA ENTRONCAR LUEGO LAS DISTINTAS ORIENTACIONES; LA NECESIDAD DE UNA MAYOR INTEGRACIÓN TEÓRICO-PRÁCTICA Y DE POTENCIAR LA INVESTIGACIÓN.
- PARALELAMENTE, DURANTE 1998 Y 1999, LA COMISIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS INICIÓ UN PROFUNDO ANÁLISIS DE LAS CURRÍCULAS DE CARRERAS SIMILARES TANTO EN EL PAÍS COMO EN OTROS PAÍSES DE HABLA HISPANA. SE ESTUDIARON, ASIMISMO, INFORMES DE INVESTIGACIONES REALIZADAS EN EL ÁMBITO DE ESTA FACULTAD REFERIDAS A CAMPOS LABORALES.
- EN EL 2000 LA COMISIÓN INFORMÓ AL CLAUSTRO SOBRE LOS AVANCES REALIZADOS. LOS DOCENTES DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN APROBARON LA PROPUESTA DE LA COMISIÓN RESPECTO DE DISEÑAR UN NUEVO PLAN PARA UNA CARRERA DE GRADO: LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN, CON DOS ORIENTACIONES: PERIODISMO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL. AL MISMO TIEMPO, SE REALIZARON CONSULTAS A LOS ALUMNOS AVANZADOS DE LAS CARRERAS, QUIENES COINCIDIERON CON LA PROPUESTA GENERAL.
- DESDE EL 2001 AL 2003 LA COMISIÓN ESTUVO ABOCADA A LA CONSTRUCCIÓN DE LA NUEVA CURRÍCULA, SOBRE LA BASE DE LOS APORTES REUNIDOS. LA MECÁNICA DE TRABAJO FUE LA DE IR CONSENSUANDO, POR ÁREAS DE CONOCIMIENTO, CON LOS DOCENTES DEL DEPARTAMENTO CADA UNA DE LAS PROPUESTAS. ADEMÁS DE UNA NUEVA ESTRUCTURA, SE REUNIERON APORTES DE CONTENIDOS MÍNIMOS PARA

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//8.-

- DISTINTOS ESPACIOS CURRICULARES, SE DISCUTIERON Y ADAPTARON AL NUEVO DISEÑO.
- EN 2003, LA COMISIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS DEL ÁREA PUBLICIDAD ELEVÓ, A LA DIRECCIÓN DEL DEPARTAMENTO Y, POR SU INTERMEDIO, A LAS AUTORIDADES DE LA FACULTAD, EL PEDIDO DE LA VISITA DE UN ASESOR EN EL ÁREA DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y PUBLICITARIA.
  - EL AÑO 2004 FUE DEDICADO A LA SISTEMATIZACIÓN DEL MATERIAL REUNIDO, ASÍ COMO A NUEVAS CONSULTAS CON GRADUADOS Y ALUMNOS. PARA ENTONCES SE HABÍA AVANZADO EN LA PROPUESTA PARA LA ORIENTACIÓN EN PERIODISMO, NO ASÍ EN LA DENOMINADA COMO COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.
  - DURANTE 2005 Y 2006, UNA COMISIÓN INTEGRADA POR DOCENTES DE DISTINTAS ÁREAS DISCUTIÓ SOBRE LAS DEFINICIONES NECESARIAS PARA LA ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL. EN ESA OPORTUNIDAD HUBO CONSENSO EN RELACIÓN A LA NECESIDAD DE DISEÑAR PARA ESTA ORIENTACIÓN UNA CURRÍCULA FLEXIBLE.
  - EN 2007 EL DEPARTAMENTO RECIBIÓ LA VISITA DEL PROFESOR INVITADO DR. DEAN KAZOLEAS, DE LA UNIVERSIDAD DEL ESTADO DE CALIFORNIA EN FULLERTON. MANTUVO REUNIONES CON DOCENTES Y CON MIEMBROS DE LA COMISIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS Y DEJÓ COMO APORTE UN DOCUMENTO CON UNA PROPUESTA CURRICULAR PARA UNA ORIENTACIÓN EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL U ORGANIZACIONAL.
  - EN 2008 EL DEPARTAMENTO COMIENZA A PARTICIPAR DEL PROYECTO "ANÁLISIS DE PROYECTOS CURRICULARES Y PLANES DE ESTUDIO DE LAS CARRERAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL" EN EL MARCO DE LA RED DE CARRERAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO DE ARGENTINA (REDCOM).
  - EN 2009, GRACIAS AL FINANCIAMIENTO DEL PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE LAS CIENCIAS SOCIALES (CARRERAS DE COMUNICACIÓN), PROSOC, MIEMBROS DE LA COMISIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS ASISTEN EN LA PLATA A UNA REUNIÓN CON LA ESPECIALISTA MAGALÍ CATINO CON EL FIN DE ASESORARSE SOBRE ASPECTOS RELACIONADOS CON LA NUEVA PROPUESTA CURRICULAR.
  - EN MARZO DE 2010 LA COMISIÓN DE REFORMA DE PLAN DE ESTUDIOS ORGANIZÓ EL CURSO DE POSTGRADO "LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA EN COMUNICACIÓN SOCIAL. EJES PARA PENSAR PROCESOS DE TRANSFORMACIÓN CURRICULAR. SUPUESTOS Y ENFOQUES", A CARGO DE LA ESPECIALISTA MAGALÍ CATINO. PARTICIPÓ PRÁCTICAMENTE LA TOTALIDAD DEL CLAUSTRO DOCENTE DEL DEPARTAMENTO E INCLUSO GRADUADOS Y ADSCRIPTOS.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//9.-

EN JUNIO DE ESE MISMO AÑO, EN REUNIÓN DE CLAUSTRO, SE APROBÓ LA SISTEMATIZACIÓN DE APORTES DE LOS EQUIPOS DE CÁTEDRA, ELABORADOS COMO PARTE DE LA EVALUACIÓN DEL CURSO ANTES MENCIONADO.

TAMBIÉN EN 2010 SE CONFORMÓ UNA SUBCOMISIÓN PARA EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA CARRERA DE PROFESORADO EN COMUNICACIÓN.

- EN OCTUBRE DE 2010 LOS DOCENTES CARLOS OYARZÚN Y ROSA INÉS AMÍN PRESENTARON A LAS AUTORIDADES DEL DEPARTAMENTO LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN "ESTUDIO SOBRE LA ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS", REALIZADO SOBRE LA BASE DE UNA CONSULTA DE OPINIONES, MOTIVACIONES Y PERCEPCIONES DE LOS ESTUDIANTES DE LAS CARRERAS DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS VIGENTE Y LA EVENTUALIDAD DE ACTUALIZACIÓN O CAMBIO. EL ESTUDIO ARROJÓ, ENTRE OTROS RESULTADOS, UN AMPLIO CONSENSO EN LOS ESTUDIANTES DE DISTINTOS AÑOS Y CARRERAS RESPECTO DE LA NECESIDAD DE MODIFICAR LA ESTRUCTURA CURRICULAR DE PLAN VIGENTE.
- AUTORIDADES DEPARTAMENTALES E INTEGRANTES DE LA COMISIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS PARTICIPARON ESE AÑO DE UNA REUNIÓN CON MIEMBROS DEL CONSEJO DE COMUNICADORES SOCIALES DE LA PROVINCIA. EN CONJUNTO CON ESA INSTITUCIÓN SE LLEVÓ ADELANTE UN RELEVAMIENTO DE OPINIONES Y NECESIDADES, CUYOS RESULTADOS FUERON INCLUIDOS EN LOS DIAGNÓSTICOS QUE FUNDAMENTAN ESTE PROYECTO.
- EL 14 DE SEPTIEMBRE DE 2010, EN REUNIÓN DE CLAUSTRO, EL CUERPO DOCENTE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN ANALIZÓ Y APROBÓ PROPUESTAS DE PERFIL DEL GRADUADO PARA UNA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL. EN LA MISMA REUNIÓN SE ANALIZARON Y APROBARON PROPUESTAS DE TÍTULO, ORIENTACIONES, CICLOS Y ÁREAS, SOBRE LA BASE DE DOCUMENTOS QUE HABÍAN SIDO ELABORADOS POR LA COMISIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS Y ENVIADOS POR MAIL A CADA DOCENTE. EN ESTA REUNIÓN SE ACUERDA LLEVAR A TÉRMINO EL DICTADO DE LAS CARRERAS DE TECNICATURA Y AUNAR ESFUERZOS EN UNA LICENCIATURA QUE RECUPERE LAS TRAYECTORIAS ACADÉMICO-PROFESIONALES Y LAS FORTALEZAS DEL DEPARTAMENTO.
- EN RELACIÓN CON LAS TECNICATURAS, EN 2011 LA COMISIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS COMIENZA A ESTUDIAR EL MARCO LEGAL PARA LA CREACIÓN DE UNA CARRERA DE CICLO DE COMPLEMENTACIÓN CURRICULAR DESTINADA A LOS EGRESADOS TÉCNICOS DE ESTE DEPARTAMENTO.

EN AGOSTO DE 2011 LA PROPUESTA APROBADA POR DOCENTES FUE PRESENTADA EN ASAMBLEA A LOS ALUMNOS DEL DEPARTAMENTO.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//10.-

- DURANTE EL AÑO 2012 LA COMISIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS CONTINUÓ CON LA ELABORACIÓN DEL ANTEPROYECTO DE MODIFICACIÓN CURRICULAR. LOS AVANCES FUERON PRESENTADOS Y APROBADOS EN UNA REUNIÓN DE CLAUSTRO REALIZADA EN EL MES DE MAYO DE ESE AÑO. EN ESTA REUNIÓN EL EQUIPO DE INVESTIGACIÓN DIRIGIDO POR LA ESP. MÓNICA COCA EXPUSO ANTE EL CLAUSTRO UNA SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS DE DISTINTOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN SOBRE CARRERAS, EGRESADOS Y CAMPOS LABORALES DEL COMUNICADOR SOCIAL EN SAN JUAN.
  - EN 2012 LA COMISIÓN DE PLAN DE ESTUDIOS EVALÚA LA NECESIDAD DE MANTENER, EN LA NUEVA PROPUESTA CURRICULAR, LA ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN EDUCATIVA, PRESENTE EN EL PLAN 93, EN VISTAS A QUE ES UN TRAYECTO DEMANDADO POR LOS ALUMNOS Y CON RECURSOS HUMANOS FORMADOS. DE LA MISMA MANERA, EN VISTAS A LA IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS QUE GENERARON PROFUNDOS CAMBIOS TANTO EN EL ECOSISTEMA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO EN LA CONSIDERACIÓN Y DEFINICIÓN DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN SÍ, SE EVALÚA LA NECESIDAD DE INCORPORAR UNA ORIENTACIÓN EN COMUNICACIÓN COMUNITARIA. CABE CONSIGNAR QUE ESE MISMO AÑO, UNA ASIGNATURA OPTATIVA CON ESE NOMBRE Y CONTENIDOS COMENZÓ A DICTARSE EN EL DEPARTAMENTO CON UNA GRAN DEMANDA DE ALUMNOS. DE ESTA MANERA, A LA PROPUESTA APROBADA DE DOS ORIENTACIONES (PERIODÍSTICA E INSTITUCIONAL), SE SUMARON OTRAS DOS (EDUCATIVA Y COMUNITARIA).
  - EL AÑO 2013 FUE EL DE LA FINALIZACIÓN DEL ANTEPROYECTO, QUE FUE SOMETIDO A NUMEROSAS CONSULTAS CON LOS DOCENTES DEL DEPARTAMENTO EN REUNIONES POR ÁREAS Y/O EQUIPOS DE CÁTEDRA. A PARTIR DE CADA CONSULTA, EL ANTEPROYECTO FUE INCORPORANDO LAS SUGERENCIAS Y APORTES.
  - EN ABRIL DE 2014 LA PROPUESTA FUE EXPLICADA ANTE LOS DELEGADOS ESTUDIANTILES DE PRIMERO A TERCER AÑO DE LAS CARRERAS DE TECNICATURA Y DE PRIMERO A QUINTO AÑO DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL. LOS DELEGADOS ASISTENTES EXPRESARON SUS DUDAS Y SE COMPROMETIERON A INFORMAR A SUS COMPAÑEROS, A CONVOCARLOS A REUNIONES ABIERTAS FIJADAS PARA EL MES DE MAYO, ASÍ COMO A ASISTIR CON MANDATO A LA REUNIÓN DE CLAUSTRO EN LA QUE SE TRATARÍA EL ANTEPROYECTO.
  - EL 13 DE MAYO DE 2014 EL ANTEPROYECTO FUE EXPUESTO ANTE 119 ALUMNOS DE PRIMERO Y SEGUNDO AÑO DE LAS CARRERAS TECNICATURA UNIVERSITARIA EN PERIODISMO, TECNICATURA UNIVERSITARIA EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA Y LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL. EN LA MISMA FECHA, EN OTRA REUNIÓN SE HIZO LO PROPIO CON 40 ESTUDIANTES DE TERCER AÑO DE LAS TRES CARRERAS, CUARTO Y QUINTO DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL. DE LA MISMA
- (CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS) //.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//11.-

MANERA QUE EN REUNIONES ANTERIORES, LOS ALUMNOS MANIFESTARON DUDAS QUE FUERON RESPONDIDAS POR LAS AUTORIDADES DEPARTAMENTALES Y EXPRESARON SU APOYO A LA PROPUESTA PRESENTADA.

- EL 19 DE MAYO DE 2014, CONVOCADA POR LA DIRECCIÓN DEPARTAMENTAL, SE REALIZÓ UNA REUNIÓN DE CLAUSTRO CUYO ÚNICO TEMA EN EL ORDEN DEL DÍA FUE LA PRESENTACIÓN FORMAL DEL ANTEPROYECTO DE MODIFICACIÓN DE LA OFERTA CURRICULAR DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN. ESTA PROPUESTA INCLUYÓ EL CAMBIO DE PLAN DE ESTUDIOS PARA LA CARRERA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, EL CIERRE DE LA INSCRIPCIÓN, DESDE EL CICLO LECTIVO 2015, PARA LAS TECNICATURAS EN PERIODISMO Y EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA Y LA CREACIÓN DE LA CARRERA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL MODALIDAD CICLO DE COMPLEMENTACIÓN CURRICULAR. LA ASAMBLEA CONTÓ CON LA ASISTENCIA DEL 87 POR CIENTO DEL CLAUSTRO DOCENTE Y SE INTEGRÓ CON LA TOTALIDAD DE LOS DELEGADOS ESTUDIANTILES DE PRIMERO A QUINTO AÑO DE TODAS LAS CARRERAS DEL DEPARTAMENTO. LOS TRES ASPECTOS SOMETIDOS A CONSIDERACIÓN FUERON APROBADOS POR UNANIMIDAD. EN LA OPORTUNIDAD SE OTORGÓ A LAS AUTORIDADES DEPARTAMENTALES EL MANDATO PARA ELEVAR LA PROPUESTA AL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES.
- ENTRE MAYO Y JULIO DE ESTE AÑO EL PLAN DE ESTUDIOS PROPUESTO FUE REVISADO Y SUPERVISADO POR EL DIRECTOR GENERAL DE SERVICIOS ACADÉMICOS DE RECTORADO DE LA UNSJ. MG. LIC. JOSÉ EDUARDO ANZUR.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//12.-

**PROPUESTA DE PLAN DE ESTUDIOS**

**NOMBRE DE LA CARRERA**

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**MODALIDAD DE LA CARRERA**

PRESENCIAL

**LOCALIZACIÓN DE LA PROPUESTA**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN JUAN - FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**AÑOS DE DURACIÓN DE LA CARRERA PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO**

CUATRO AÑOS Y UN CUATRIMESTRE

**NOMBRE DEL TÍTULO A OTORGAR**

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**ALCANCES DEL TÍTULO**

LAS EGRESADAS/OS DE ESTA CARRERA TIENEN COMPETENCIA PARA DESEMPEÑAR LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES LABORALES:

- DISEÑAR, PRODUCIR, EJECUTAR Y EVALUAR ESTRATEGIAS, PLANES, PROCESOS Y PRODUCTOS PROPIOS DE LA COMUNICACIÓN –MEDIÁTICA, INSTITUCIONAL, EDUCATIVA, COMUNITARIA E INTERPERSONAL- REFERIDOS A LOS DIFERENTES LENGUAJES, GÉNEROS, SOPORTES Y TECNOLOGÍAS.
- INVESTIGAR EN EL CAMPO ESPECÍFICO Y/ O INTERVENIR EN EQUIPOS INTERDISCIPLINARIOS DESDE LA PERSPECTIVA COMUNICACIONAL.

**PERFIL DEL GRADUADO**

SE ESPERA QUE QUIENES HAYAN CUMPLIDO CON LAS EXIGENCIAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, EN SUS CUATRO ORIENTACIONES, AL CONCLUIR SUS ESTUDIOS HAYAN LOGRADO:

**EN LO CIENTÍFICO:**

- CONOCIMIENTO DE LOS FUNDAMENTOS TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICOS Y DE LA PLURALIDAD DISCIPLINARIA QUE SUSTENTAN EL CAMPO COMUNICACIONAL EN EL MARCO DE LAS CIENCIAS SOCIALES.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-





Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//13.-

- COMPRENSIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE EL DESARROLLO DE LOS SABERES Y PRÁCTICAS COMUNICATIVAS Y EL CONTEXTO HISTÓRICO-SOCIAL DEL CUAL EMERGIERON.
- VISIÓN INTEGRADORA DE LA REALIDAD COMUNICATIVA QUE POSIBILITE SU ABORDAJE DESDE DIFERENTES PERSPECTIVAS DE ANÁLISIS.
- CAPACIDAD INVESTIGATIVA EN EL CAMPO ESPECÍFICO, PARA GENERAR CONOCIMIENTO CIENTÍFICO Y/ O INTERVENIR EN EQUIPOS INTERDISCIPLINARIOS Y EN SITUACIONES SOCIALES DESDE LA PERSPECTIVA COMUNICACIONAL.

**EN LO PROFESIONAL:**

- SABERES ESPECÍFICOS REFERIDOS A LOS DIFERENTES LENGUAJES, SOPORTES Y TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN, QUE LE PERMITAN EL ANÁLISIS, DISEÑO Y EJECUCIÓN DE PROCESOS Y PRODUCTOS PROPIOS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL – MEDIÁTICA Y/O INSTITUCIONAL, EDUCATIVA Y COMUNITARIA- Y LA PRODUCCIÓN DE MENSAJES, ASÍ COMO LA REFLEXIÓN SOBRE SU PROPIO HACER PRODUCTIVO.
- DISPOSICIÓN PARA REALIZAR TRABAJOS EN GRUPOS Y EN EQUIPOS INTERDISCIPLINARIOS.

**EN LO SOCIAL:**

- COMPROMISO ÉTICO CON UNA VALORACIÓN DE LA COMUNICACIÓN ENTENDIDA COMO UN DERECHO HUMANO.
- DISPOSICIÓN PARA UN DESEMPEÑO RESPONSABLE DE SU PROFESIÓN QUE, BASADO EN UN FUERTE COMPROMISO CON LA COMUNIDAD, TIENDA A LA TRANSFORMACIÓN CRÍTICA DE LA SOCIEDAD.
- CLARO COMPROMISO CON LA EDUCACIÓN PÚBLICA.
- APTITUD PARA PROMOVER TRANSFORMACIONES EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN ORIENTADAS A LA CONSTRUCCIÓN DE UNA SOCIEDAD EN PAZ, DEMOCRÁTICA Y CON RESPETO HACIA LAS DIFERENCIAS CULTURALES.
- DISPOSICIÓN PARA RECONOCER LA COMUNICACIÓN COMO DINAMIZADORA DE LOS PROCESOS SOCIALES.
- COMPROMISO CON ACCIONES COMUNICATIVAS QUE CONTRIBUYAN A AFIANZAR LA DEMOCRACIA PARTICIPATIVA Y DEN VISIBILIDAD A LAS ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL Y LOS MOVIMIENTOS SOCIALES, LAS CULTURAS POPULARES Y LA CONTRACULTURA.

**CONDICIONES DE INGRESO**

LAS CONDICIONES DE INGRESO A ESTA CARRERA SON LAS ESTIPULADAS EN EL ARTÍCULO 7° DE LA LEY DE EDUCACIÓN SUPERIOR.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//14.-

EL INGRESO A ESTA CARRERA QUEDA SUJETO A LAS CONDICIONES FIJADAS POR EL REGLAMENTO ACADÉMICO DE LA UNSJ Y LAS RESOLUCIONES PERTINENTES DEL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DE LA UNSJ.

## ESTRUCTURA CURRICULAR

### A) ASIGNATURAS

LOS CONTENIDOS CURRICULARES ESTÁN ORGANIZADOS EN DISTINTAS MODALIDADES, A SABER:

- **ASIGNATURAS TRONCALES:** SON ESPACIOS CURRICULARES DE CURSADO OBLIGATORIO QUE CORRESPONDEN A CONTENIDOS FUNDAMENTALES DE LA FORMACIÓN DISCIPLINAR.
- **ASIGNATURAS ELECTIVAS:** SON ESPACIOS DE CURSADO OBLIGATORIO. INTEGRAN CONJUNTOS CERRADOS DE MATERIAS QUE SE CORRESPONDEN CON EL PERFIL DEL GRADUADO, ENTRE LAS CUALES EL ESTUDIANTE PUEDE ELEGIR –DENTRO DE CIERTOS PARÁMETROS- EL MOMENTO DE CURSADO. LAS ASIGNATURAS ELECTIVAS ESTÁN EXPLÍCITAMENTE DETERMINADAS CON CARÁCTER PERMANENTE EN EL PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA CON LAS MISMAS CARACTERÍSTICAS QUE LAS ASIGNATURAS TRONCALES.
- **ASIGNATURAS OPTATIVAS:** SON ESPACIOS DE CURSADO OBLIGATORIO, DE CONTENIDO Y DENOMINACIÓN FLEXIBLE. SU FINALIDAD ES POSIBILITAR LA PROFUNDIZACIÓN DE CONOCIMIENTOS SOBRE CAMPOS EMERGENTES Y LA TRANSFERENCIA DE SABERES DESDE LOS EQUIPOS DE INVESTIGACIÓN. NO ESTÁN DETERMINADAS EXPLÍCITAMENTE MÁS QUE EN SU NÚMERO Y MOMENTO DE CURSADO EN EL PLAN DE ESTUDIOS E INTEGRAN UNA OFERTA VARIABLE QUE EL CONSEJO DIRECTIVO, A SUGERENCIA DEL CONSEJO DEPARTAMENTAL, DEBERÁ APROBAR EN FORMA ANUAL EN FUNCIÓN DE LAS PROPUESTAS DOCENTES, CONVENIOS CON OTRAS INSTITUCIONES, REQUERIMIENTOS ESTUDIANTILES Y EVALUACIÓN DE LAS ASIGNATURAS OPTATIVAS DEL AÑO QUE SE CIERRA.
- **SEMINARIOS:** SON ESPACIOS CURRICULARES DE CURSADO OBLIGATORIO, CONSIDERADOS COMO ÁMBITOS DE INICIACIÓN EN LA INVESTIGACIÓN Y/O FORMULACIÓN DE PROYECTOS.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//15.-

ESTE PLAN ESTÁ INTEGRADO POR 45 ASIGNATURAS, ORGANIZADAS EN DOS CICLOS:

**CICLO BÁSICO COMÚN**

**CICLO SUPERIOR ORIENTADO**

**CICLO BÁSICO COMÚN**

EL CICLO BÁSICO COMÚN DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL SE COMPONE DE 21 ASIGNATURAS, DE LAS CUALES EL ALUMNO DEBERÁ APROBAR 20, 15 DE ELLAS TRONCALES Y 5 ELECTIVAS.

TIENE COMO OBJETIVO QUE LOS ALUMNOS SE INICIEN EN EL ESTUDIO UNIVERSITARIO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN EN EL MARCO DE LAS CIENCIAS SOCIALES Y EN LA INTERPRETACIÓN DE SUS FUNDAMENTOS EPISTEMOLÓGICOS ASÍ COMO SU HISTORICIDAD, SU DIMENSIÓN POLÍTICA Y SU COMPLEMENTARIEDAD CON OTROS CAMPOS DEL CONOCIMIENTO.

LAS ASIGNATURAS QUE INTEGRAN ESTE CICLO ASPIRAN A QUE LOS ESTUDIANTES AFIANCEN SUS CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES EN LA COMPRENSIÓN Y USO DE DIVERSOS LENGUAJES ASÍ COMO QUE DESARROLLEN EL PENSAMIENTO CRÍTICO Y CONSOLIDEN METODOLOGÍAS DE APRENDIZAJE.

LAS MATERIAS QUE INTEGRAN ESTE CICLO SON LAS SIGUIENTES:

LECTURA Y ESCRITURA I

PROCESOS SOCIALES Y POLÍTICOS CONTEMPORÁNEOS

COMUNICACIÓN Y MEDIOS

COMUNICACIÓN, IMAGEN Y SONIDO

INTRODUCCIÓN AL PENSAMIENTO CIENTÍFICO

EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES

POLÍTICAS Y LEGISLACIÓN EN COMUNICACIÓN

LECTURA Y ESCRITURA II

TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN I

COMUNICACIÓN GRÁFICA

COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA

PSICOLOGÍA DEL SUJETO Y LA COMUNICACIÓN

TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL I

LINGÜÍSTICA Y COMUNICACIÓN

INSTITUCIONES Y SOCIEDAD

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//16.-

LITERATURA LATINOAMERICANA Y ARGENTINA DE LOS SIGLOS XX Y XXI  
DERECHO Y COMUNICACIÓN  
ECONOMÍA POLÍTICA  
FOTOGRAFÍA  
DISEÑO Y TÉCNICAS DE IMPRESIÓN  
ESTADÍSTICA

**CICLO SUPERIOR ORIENTADO**

EL CICLO SUPERIOR ORIENTADO DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL ESTÁ INTEGRADO POR 24 ASIGNATURAS, DE LAS CUALES EL ALUMNO DEBERÁ APROBAR 23, 20 DE ELLAS TRONCALES, 2 ELECTIVAS Y 1 OPTATIVA.

TIENE COMO FINALIDAD QUE EL ALUMNO PROFUNDICE SABERES VINCULADOS CON LAS PRÁCTICAS Y LOS ÁMBITOS DE EJERCICIO PROFESIONAL, EN TODOS LOS SOPORTES Y FORMATOS ASÍ COMO CON LOS CAMPOS EMERGENTES DE LA COMUNICACIÓN. EL CICLO DE FORMACIÓN ORIENTADA TIENE TAMBIÉN COMO OBJETIVO QUE LOS ESTUDIANTES CONOZCAN Y APLIQUEN SABERES RELACIONADOS CON LAS METODOLOGÍAS TANTO PARA LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA COMO PARA LA PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS.

EL PRESENTE PLAN INCLUYE PARA ESTE CICLO 4 ORIENTACIONES:

COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA  
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL  
COMUNICACIÓN EDUCATIVA  
COMUNICACIÓN COMUNITARIA

— **ORIENTACIÓN EN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA:** ESTA ORIENTACIÓN ESTÁ BASADA EN EL RECONOCIMIENTO DE LA ENSEÑANZA DEL PERIODISMO COMO UNA DE LAS TRAYECTORIAS FUNDANTES DE LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN EN SAN JUAN, CON UN IMPORTANTE CAUDAL DE INGRESANTES CADA AÑO, UN CUERPO DOCENTE PREPARADO PARA LLEVAR ADELANTE SU IMPLEMENTACIÓN Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN QUE HAN COMENZADO A ENRIQUECER EL CAMPO.

PROPONE EL RECONOCIMIENTO DEL PERIODISMO NO SOLO COMO UN CONJUNTO DE SABERES INSTRUMENTALES OBJETO DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE PARA EL TRABAJO EN LOS MEDIOS, SINO TAMBIÉN COMO OBJETO DE TEORIZACIÓN, ESTUDIO CRÍTICO Y REFLEXIÓN. ENTIENDE A LOS GRADUADOS EN ESTA ORIENTACIÓN COMO PLANIFICADORES Y PRODUCTORES DE CONTENIDOS PARA SER COMUNICADOS

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//17.-

PERIÓDICAMENTE A LA SOCIEDAD, EN NUEVOS MEDIOS O SOPORTES TRADICIONALES, PÚBLICOS O PRIVADOS. CONCIBE A LOS EGRESADOS EN ESTA ORIENTACIÓN COMO PROFESIONALES CONSCIENTES DE SU PAPEL DE CONSTRUCTORES DE LA REALIDAD SOCIAL, EN UNA SOCIEDAD EN LA QUE LOS MEDIOS Y SUS PRÁCTICAS PUEDEN MEJORAR, Y CON CONCIENCIA DE LA RESPONSABILIDAD QUE LE CABE EN EL RESGUARDO DE LA COMUNICACIÓN CONCEBIDA COMO DERECHO HUMANO.

ESTO IMPLICA LA CONVICCIÓN DE LA NECESIDAD DE FORMAR NO SÓLO BUENOS CRONISTAS, NOTEROS O ENTREVISTADORES, SINO EL RETO DE PREPARAR PROFESIONALES QUE ATIENDAN LA DINÁMICA DE LA TOMA DE DECISIONES EN EL PROCESO DE ESTABLECIMIENTO DEL TEMARIO PERIODÍSTICO Y QUE SEAN CAPACES NO SÓLO DE EJECUTAR SINO TAMBIÉN DE IDEAR Y DE CONDUCIR ESTOS PROCESOS PRODUCTIVOS SUMANDO OTRAS MIRADAS A LA LÓGICA EMPRESARIAL, ASÍ COMO INVESTIGAR SOBRE ELLOS.

- **ORIENTACIÓN EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL:** ESTA PROPUESTA SE ENCARA CON EL DESAFÍO DE INTEGRAR Y A LA VEZ SUPERAR LO QUE FUERA EN LAS CARRERAS DE ESTE DEPARTAMENTO EL ÁREA DE PUBLICIDAD Y PROPAGANDA. SE FUNDA EN EL RECONOCIMIENTO DE LA EVOLUCIÓN QUE HA SUFRIDO EL CAMPO EN FUNCIÓN DE LA DIVERSIFICACIÓN CRECIENTE DE LOS MICRO MEDIOS Y SISTEMAS DE COMUNICACIÓN NO PUBLICITARIOS, ASÍ COMO LA NECESIDAD CADA VEZ MAYOR DE COMUNICACIONES INSTITUCIONALES INTERNAS Y UN CRECIMIENTO DE LAS COMUNICACIONES EXTERNAS NO CONVENCIONALES, EN DETRIMENTO DE LA PUBLICIDAD CONVENCIONAL.

ESTA ORIENTACIÓN, QUE CUENTA EN LA ACTUALIDAD CON MASA CRÍTICA DOCENTE FORMADA Y EN FORMACIÓN, ASPIRA A PREPARAR GRADUADOS CAPACES DE DISEÑAR, EJECUTAR Y EVALUAR LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE UNA ORGANIZACIÓN PRIVADA O PÚBLICA, CON O SIN FINES DE LUCRO, COMO UN PROFESIONAL INDISPENSABLE EN EL MARCO DE NUEVOS PARADIGMAS QUE DEFINEN SOBRE VALORES ESTRATÉGICOS DE IDENTIDAD, CULTURA, COMUNICACIÓN E IMAGEN LA NUEVA CULTURA INSTITUCIONAL.

LA PROPUESTA HACE FOCO EN LAS RELACIONES INSTITUCIONALES, LAS COMUNICACIONES INTERNAS Y LA COMUNICACIÓN DE MARKETING, QUE INCLUYE A LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS. ESPECIAL ATENCIÓN SE PRETENDE A LA FORMACIÓN DEL GRADUADO EN ESTA ORIENTACIÓN COMO UN PROFESIONAL CONSCIENTE DE LA IMPORTANCIA DEL PAPEL DEL COMUNICADOR EN EL

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//18.-

CUMPLIMIENTO DE LOS PRINCIPIOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL TANTO DE EMPRESAS E INSTITUCIONES COMO DE ÉL COMO PROFESIONAL.

- **ORIENTACIÓN EN COMUNICACIÓN EDUCATIVA:** ESTE RECORRIDO CURRICULAR RECONOCE LA IMPORTANCIA DE UNA DE LAS TRAYECTORIAS VIGENTES EN LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA UNSJ DESDE 1993 Y LO ENMARCA EN LA NECESARIA REVISIÓN DE LOS CONCEPTOS DE COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y DE LA RELACIÓN ENTRE AMBOS EN EL CONTEXTO GLOBALIZADO DE LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO.

ESTA ORIENTACIÓN ASPIRA, POR UNA PARTE, A FORMAR COMUNICADORES INTERESADOS EN LAS TEORÍAS Y ESTRATEGIAS DE LA EDUCACIÓN EN MEDIOS COMO POSIBILIDAD PARA EL LOGRO DE LA LECTURA Y COMPRESIÓN CRÍTICA DE MEDIOS, ENTENDIDA COMO LA CONTRAPARTE DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN, Y ASPECTO FUNDAMENTAL PARA LA DEMOCRACIA COMUNICATIVA Y LA CIUDADANÍA PARTICIPATIVA. ESTA ORIENTACIÓN INTRODUCE, A LOS TRAYECTOS YA CONOCIDOS, LA MIRADA TEÓRICA Y PRÁCTICA SOBRE LA CULTURA DIGITAL EN TANTO POSIBILIDADES O BRECHA A SALVAR EN LO EDUCATIVO Y COMUNICACIONAL, EN EL MARCO POLÍTICO, SOCIAL, ECONÓMICO Y TECNOLÓGICO ACTUAL. ASIMISMO EXPLORA LAS POSIBILIDADES EDUCATIVAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TRADICIONALES, TANTO EN EL ÁMBITO ESCOLAR COMO FUERA DE ÉL.

LA FINALIDAD DE ESTA ORIENTACIÓN ES TAMBIÉN FORMAR GRADUADOS PREPARADOS PARA ENCARAR EL ESTUDIO, INVESTIGACIÓN, DISEÑO, PLANEAMIENTO, PRODUCCIÓN Y EVALUACIÓN DE FORMATOS, PRODUCTOS O MATERIALES PARA FINALIDADES EDUCATIVAS FORMALES O INFORMALES, ASÍ COMO PARA LA GESTIÓN DE LOS ASPECTOS COMUNICATIVOS DE PROYECTOS EDUCATIVOS.

- **ORIENTACIÓN EN COMUNICACIÓN COMUNITARIA:** LA PROPUESTA DE ESTA ORIENTACIÓN SE FUNDA EN LA EMERGENCIA DE NUEVOS ACTORES PARA LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL MARCO DE LAS POLÍTICAS NACIONALES QUE INCLUYEN A LAS ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL ENTRE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. CAMPO QUE RESCATA SABERES PROPIOS DE LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA O POPULAR E INCLUYE SOPORTES Y MEDIOS QUE NO SON SÓLO LOS AUDIOVISUALES, LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA SE ENTIENDE AQUÍ EN RELACIÓN CON EL RESPALDO Y DESARROLLO DE ECONOMÍAS ALTERNATIVAS, ASÍ COMO EN LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS COMUNICACIONALES EN PARTICULAR Y HUMANOS EN GENERAL DE COMUNIDADES Y GRUPOS SOCIALES DE DISTINTA NATURALEZA. LA FORMACIÓN PROPUESTA EN ESTE

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//19.-

TRAYECTO APUNTA A APORTAR A LA SOCIEDAD GRADUADOS CAPACES DE ESTUDIAR, DISEÑAR, PLANIFICAR, GESTIONAR Y EVALUAR PROCESOS DE COMUNICACIÓN DESDE UNA PERSPECTIVA COMUNITARIA ORIENTADA AL DESARROLLO LOCAL, SIN FINES DE LUCRO Y EN UN MARCO DE PROMOCIÓN Y APROPIACIÓN DE DERECHOS SOCIALES.

SI BIEN LOS SABERES ASOCIADOS A LA COMUNICACIÓN Y ORGANIZACIÓN POPULAR NO SON NUEVOS, SÍ LO ES EL ESTUDIO Y LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA DE UN PROFESIONAL CONSCIENTE DE QUE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN EN LOS QUE VA A INTERVENIR SON AQUELLOS PROPIOS DE UNA COMUNIDAD. DE ESO DAN CUENTA LOS PROYECTOS DE EXTENSIÓN CONCRETADOS DESDE EL DEPARTAMENTO, ASÍ COMO EL DICTADO DE ASIGNATURAS OPTATIVAS SOBRE LA TEMÁTICA, LO QUE REPRESENTA ANTECEDENTES SUFICIENTES PARA ENCARAR ESTA ORIENTACIÓN.

**EN EL MOMENTO DE REGISTRAR SU INSCRIPCIÓN PARA ASIGNATURAS DE TERCER AÑO, EL ALUMNO DEBERÁ OPTAR POR UNA DE LAS CUATRO ORIENTACIONES. RECIÉN LUEGO DE HACER ESA OPCIÓN EL SISTEMA RECEPTARÁ LA INSCRIPCIÓN TANTO EN ASIGNATURAS COMUNES A LAS CUATRO ORIENTACIONES, COMO EN AQUELLAS QUE SON ESPECÍFICAS DE CADA RECORRIDO.**

**LOS ALUMNOS PODRÁN INSCRIBIRSE SOLO EN UNA ORIENTACIÓN.**

**LAS ASIGNATURAS COMUNES A LAS CUATRO ORIENTACIONES EN EL CICLO SUPERIOR ORIENTADO SON:**

TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN II  
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL  
LINGÜÍSTICA Y ANÁLISIS DEL DISCURSO  
INGLÉS I  
TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL II  
METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN  
PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS EN COMUNICACIÓN  
SEMIÓTICA Y COMUNICACIÓN  
COMUNICACIÓN Y MEDIOS DIGITALES  
INGLÉS II  
EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN  
SEMINARIO DE EXTENSIÓN  
SEMINARIO DE TRABAJO FINAL

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//20.-

LAS ASIGNATURAS ESPECÍFICAS QUE INTEGRAN EL CICLO SUPERIOR EN LA ORIENTACIÓN **COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA** SON LAS SIGUIENTES:

TEORÍAS DEL PERIODISMO  
PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA PERIODÍSTICA  
PRODUCCIÓN GRÁFICA PERIODÍSTICA  
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PERIODÍSTICA  
COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS  
PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (PERIODÍSTICA)  
COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA  
FINANZAS PÚBLICAS  
ARGENTINA: HISTORIA Y SOCIEDAD  
EL PERIODISMO EN LA HISTORIA DE SAN JUAN

LAS ASIGNATURAS ESPECÍFICAS QUE INTEGRAN EL CICLO SUPERIOR EN LA ORIENTACIÓN **COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL** SON LAS SIGUIENTES:

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL  
PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA INSTITUCIONAL  
PRODUCCIÓN GRÁFICA INSTITUCIONAL  
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL INSTITUCIONAL  
DISEÑO DE CAMPAÑAS  
PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (INSTITUCIONAL)  
PLANEAMIENTO DE MEDIOS  
COMUNICACIÓN PUBLICITARIA  
OPINIÓN PÚBLICA E INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
MARKETING\_

LAS ASIGNATURAS ESPECÍFICAS QUE INTEGRAN EL CICLO SUPERIOR EN LA ORIENTACIÓN **COMUNICACIÓN EDUCATIVA** SON LAS SIGUIENTES:

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN  
PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA EDUCATIVA  
PRODUCCIÓN GRÁFICA EDUCATIVA  
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EDUCATIVA  
COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS  
PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (EDUCATIVA)  
POLÍTICAS Y LEGISLACIÓN EN EDUCACIÓN EN ARGENTINA Y AMÉRICA LATINA  
PSICOLOGÍA DEL APRENDIZAJE  
TEORÍAS PEDAGÓGICAS

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027714-CS)

//.-





Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//21.-

SOCIOLOGÍA DE LA EDUCACIÓN

LAS ASIGNATURAS ESPECÍFICAS QUE INTEGRAN EL CICLO SUPERIOR EN LA ORIENTACIÓN **COMUNICACIÓN COMUNITARIA** SON LAS SIGUIENTES:

COMUNICACIÓN COMUNITARIA  
PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA COMUNITARIA  
PRODUCCIÓN GRÁFICA COMUNITARIA  
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL COMUNITARIA  
COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS  
PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (COMUNITARIA)  
PROMOCIÓN SOCIOCOMUNITARIA Y COMUNICACIÓN  
CULTURAS POPULARES Y CULTURAS MEDIÁTICAS  
ECONOMÍA SOCIAL  
SOCIOPOLÍTICA Y ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN

LAS ASIGNATURAS DE ESTE PLAN SE ORGANIZAN EN DOS ÁREAS DE CONOCIMIENTO, CON SUS CORRESPONDIENTES SUB ÁREAS:

**ÁREA CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN**

SUB ÁREA FORMACIÓN GENERAL  
SUB ÁREA FORMACIÓN ESPECÍFICA

**ÁREA LENGUAJES**

SUB ÁREA ESTUDIOS Y PRÁCTICAS DE LA LENGUA  
SUB ÁREA RADIOFÓNICA  
SUB ÁREA AUDIOVISUAL  
SUB ÁREA GRÁFICA  
SUB ÁREA MEDIOS DIGITALES

**OBJETIVOS Y ALCANCES DE CADA UNA:**

✓ **ÁREA CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN:** APORTA FORMACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES A FIN DE PERMITIR UNA COMPRENSIÓN COMPLEJA DE FENÓMENOS, PROCESOS Y OBJETOS DE LA COMUNICACIÓN. CONTRIBUYE A LA

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//22.-

REFLEXIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE HERRAMIENTAS TEÓRICAS Y METODOLÓGICAS DE LAS CIENCIAS SOCIALES EN GENERAL Y DE LA COMUNICACIÓN EN PARTICULAR. LAS ASIGNATURAS QUE INTEGRAN ESTA ÁREA INCLUYEN SABERES NECESARIOS PARA EL DISEÑO, DESARROLLO, IMPLEMENTACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN, ASÍ COMO PARA LA ELABORACIÓN DE PRODUCCIONES CIENTÍFICAS QUE DEN CUENTA DEL DESARROLLO DE LOS PROYECTOS. ATIENDE AL EJERCICIO DE LA PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO EN TÉRMINOS DE DIAGNÓSTICOS, PROPUESTAS, PLANES Y ACCIONES DE INTERVENCIÓN EN EMPRESAS E INSTITUCIONES.

**ASIGNATURAS QUE INTEGRAN EL ÁREA CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN**

**SUB ÁREA FORMACIÓN GENERAL:**

PROCESOS SOCIALES Y POLÍTICOS CONTEMPORÁNEOS  
INTRODUCCIÓN AL PENSAMIENTO CIENTÍFICO  
EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES  
PSICOLOGÍA DEL SUJETO Y LA COMUNICACIÓN  
INSTITUCIONES Y SOCIEDAD  
LITERATURA LATINOAMERICANA Y ARGENTINA DE LOS SIGLOS XX Y XXI  
DERECHO Y COMUNICACIÓN  
ECONOMÍA POLÍTICA  
ESTADÍSTICA  
SEMIÓTICA Y COMUNICACIÓN  
FINANZAS PÚBLICAS  
ARGENTINA: HISTORIA Y SOCIEDAD  
POLÍTICAS Y LEGISLACIÓN EN EDUCACIÓN EN ARGENTINA Y AMÉRICA LATINA  
PSICOLOGÍA DEL APRENDIZAJE  
TEORÍAS PEDAGÓGICAS  
SOCIOLOGÍA DE LA EDUCACIÓN  
ECONOMÍA SOCIAL  
SEMINARIO DE EXTENSIÓN  
SEMINARIO DE TRABAJO FINAL

**SUB ÁREA FORMACIÓN ESPECÍFICA:**

COMUNICACIÓN Y MEDIOS  
COMUNICACIÓN, IMAGEN Y SONIDO  
POLÍTICAS Y LEGISLACIÓN EN COMUNICACIÓN

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//23.-

TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN I  
TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN II  
TEORÍAS DEL PERIODISMO  
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL  
COMUNICACIÓN EDUCATIVA  
COMUNICACIÓN COMUNITARIA  
METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN  
PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS EN COMUNICACIÓN  
COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS  
DISEÑO DE CAMPAÑAS  
EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN  
COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA  
PLANEAMIENTO DE MEDIOS  
PROMOCIÓN SOCIOCOMUNITARIA Y COMUNICACIÓN  
EL PERIODISMO EN LA HISTORIA DE SAN JUAN  
COMUNICACIÓN PUBLICITARIA  
OPINIÓN PÚBLICA E INVESTIGACIÓN DE MERCADO  
MARKETING  
CULTURAS POPULARES Y CULTURAS MEDIÁTICAS  
SOCIOPOLÍTICA Y ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN

- ✓ **ÁREA LENGUAJES:** INCLUYE LA DIMENSIÓN TEÓRICO-REFLEXIVA SOBRE EL LENGUAJE Y LA PRODUCCIÓN EN LOS MEDIOS, ASÍ COMO EL CONOCIMIENTO DE LOS DIVERSOS LENGUAJES DE LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA, INSTITUCIONAL, EDUCATIVA Y COMUNITARIA. LA FINALIDAD DE LOS ESPACIOS QUE LA COMPONEN ES QUE EL ALUMNO DESARROLLE COMPETENCIAS PARA LA COMPRENSIÓN Y PRODUCCIÓN DE DIVERSOS TEXTOS QUE INVOLUCREN LA EXPRESIÓN ORAL, ESCRITA Y VISUAL. ES SU OBJETIVO TAMBIÉN QUE EL ALUMNO PUEDA REFLEXIONAR SOBRE LA DIMENSIÓN SIMBÓLICA DE ESTOS PRODUCTOS TEXTUALES, SOBRE SU PROPIO ROL EN LA CONSTRUCCIÓN DE DISCURSOS Y SOBRE EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN TANTO PRODUCTORES DE SIGNIFICACIONES SOCIALES.

**ASIGNATURAS QUE INTEGRAN EL ÁREA LENGUAJES**

**SUB ÁREA ESTUDIOS Y PRÁCTICAS DE LA LENGUA:**

LECTURA Y ESCRITURA I

LECTURA Y ESCRITURA II

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//24.-

LINGÜÍSTICA Y COMUNICACIÓN  
LINGÜÍSTICA Y ANÁLISIS DEL DISCURSO  
INGLÉS I  
INGLÉS II

**SUB ÁREA RADIOFÓNICA:**

COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA  
PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA PERIODÍSTICA  
PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA INSTITUCIONAL  
PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA EDUCATIVA  
PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA COMUNITARIA

**SUB ÁREA AUDIOVISUAL:**

FOTOGRAFÍA  
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL  
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PERIODÍSTICA  
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL INSTITUCIONAL  
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EDUCATIVA  
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL COMUNITARIA

**SUB ÁREA GRÁFICA:**

DISEÑO Y TÉCNICAS DE IMPRESIÓN  
COMUNICACIÓN GRÁFICA  
PRODUCCIÓN GRÁFICA PERIODÍSTICA  
PRODUCCIÓN GRÁFICA INSTITUCIONAL  
PRODUCCIÓN GRÁFICA EDUCATIVA  
PRODUCCIÓN GRÁFICA COMUNITARIA

**SUB ÁREA MEDIOS DIGITALES:**

TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL I  
TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL II  
COMUNICACIÓN Y MEDIOS DIGITALES  
PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (PERIODÍSTICA)  
PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (INSTITUCIONAL)  
PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (EDUCATIVA)  
PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (COMUNITARIA)

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//25.-

## ESQUEMA DE LA ESTRUCTURA CURRICULAR

### CICLO BÁSICO COMÚN

<b>1° AÑO</b>	<b>ASIGNATURAS ANUALES</b>	
	1- LECTURA Y ESCRITURA I	
	2- PROCESOS SOCIALES Y POLÍTICOS CONTEMPORÁNEOS	
	3- COMUNICACIÓN Y MEDIOS	
	4- COMUNICACIÓN, IMAGEN Y SONIDO	
	<b>ASIGNATURAS CUATRIMESTRALES</b>	
	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>
	5- INTRODUCCIÓN AL PENSAMIENTO CIENTÍFICO	8- EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES
	6- ELECTIVA I	9- POLÍTICAS Y LEGISLACIÓN EN COMUNICACIÓN
	7- ELECTIVA II	10- ELECTIVA III

<b>2° AÑO</b>	<b>ASIGNATURAS ANUALES</b>	
	11- LECTURA Y ESCRITURA II	
	12- TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN I	
	13- COMUNICACIÓN GRÁFICA	
	14- COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA	
	<b>ASIGNATURAS CUATRIMESTRALES</b>	
	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>
	15- PSICOLOGÍA DEL SUJETO Y LA COMUNICACIÓN	18- LINGÜÍSTICA Y COMUNICACIÓN
	16- TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL I	19- INSTITUCIONES Y SOCIEDAD
	17- ELECTIVA IV	20- ELECTIVA V

<b>ASIGNATURAS ELECTIVAS</b>
-LITERATURA LATINOAMERICANA Y ARGENTINA DE LOS SIGLOS XX Y XXI
-DERECHO Y COMUNICACIÓN
-ECONOMÍA POLÍTICA
-FOTOGRAFÍA
-DISEÑO Y TÉCNICAS DE IMPRESIÓN
-ESTADÍSTICA

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//26.-

**CICLO SUPERIOR ORIENTADO EN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA**

(LAS ASIGNATURAS CODIFICADAS CON .1 SON ESPECÍFICAS DE ESTA ORIENTACIÓN)

<b>3° AÑO</b>	<b>ASIGNATURAS ANUALES</b>	
	21-TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN II	
	22- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	
	23.1- TEORÍAS DEL PERIODISMO	
	24.1- PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA PERIODÍSTICA	
	25.1- PRODUCCIÓN GRÁFICA PERIODÍSTICA	
	<b>ASIGNATURAS CUATRIMESTRALES</b>	
	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>
	26- LINGÜÍSTICA Y ANÁLISIS DEL DISCURSO	28- INGLÉS I
27.1- ELECTIVA VI (PERIODÍSTICA)	29- TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL II	
<b>4° AÑO</b>	<b>ASIGNATURAS ANUALES</b>	
	30- METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	
	31- PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS EN COMUNICACIÓN	
	32.1- PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PERIODÍSTICA	
	<b>ASIGNATURAS CUATRIMESTRALES</b>	
	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>
	33- SEMIÓTICA Y COMUNICACIÓN	38.1- ELECTIVA VII (PERIODÍSTICA)
	34- COMUNICACIÓN Y MEDIOS DIGITALES	39.1- PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (PERIODÍSTICA)
	35- INGLÉS II	40.1- COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA
36.1- COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS	41- OPTATIVA	
37- EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	42- SEMINARIO DE EXTENSIÓN	
<b>5° AÑO</b>	<b>ASIGNATURA CUATRIMESTRAL</b>	
	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	
	43- SEMINARIO DE TRABAJO FINAL	

**ASIGNATURAS ELECTIVAS**

-FINANZAS PÚBLICAS

-ARGENTINA: HISTORIA Y SOCIEDAD

-EL PERIODISMO EN LA HISTORIA DE SAN JUAN

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//27.-

**CICLO SUPERIOR ORIENTADO EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

(LAS ASIGNATURAS CODIFICADAS CON .2 SON ESPECÍFICAS DE ESTA ORIENTACIÓN)

<b>3° AÑO</b>	<b>ASIGNATURAS ANUALES</b>	
	21-TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN II	
	22- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	
	23.2- COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	
	24.2- PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA INSTITUCIONAL	
	25.2- PRODUCCIÓN GRÁFICA INSTITUCIONAL	
	<b>ASIGNATURAS CUATRIMESTRALES</b>	
	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>
	26- LINGÜÍSTICA Y ANÁLISIS DEL DISCURSO	28- INGLÉS I
	27.2- ELECTIVA VI (INSTITUCIONAL)	29- TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL II

<b>4° AÑO</b>	<b>ASIGNATURAS ANUALES</b>	
	30- METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	
	31- PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS EN COMUNICACIÓN	
	32.2- PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL INSTITUCIONAL	
	<b>ASIGNATURAS CUATRIMESTRALES</b>	
	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>
	33- SEMIÓTICA Y COMUNICACIÓN	38.2- ELECTIVA VII (INSTITUCIONAL)
	34- COMUNICACIÓN Y MEDIOS DIGITALES	39.2- PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (INSTITUCIONAL)
	35- INGLÉS II	40.2- PLANEAMIENTO DE MEDIOS
	36.2- DISEÑO DE CAMPAÑAS	41- OPTATIVA
37- EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	42- SEMINARIO DE EXTENSIÓN	

<b>5° AÑO</b>	<b>ASIGNATURA CUATRIMESTRAL</b>	
	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	
	43- SEMINARIO DE TRABAJO FINAL	

<b>ASIGNATURAS ELECTIVAS</b>
-COMUNICACIÓN PUBLICITARIA
-OPINIÓN PÚBLICA E INVESTIGACIÓN DE MERCADO
-MARKETING

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//28.-

**CICLO SUPERIOR ORIENTADO EN COMUNICACIÓN EDUCATIVA**

(LAS ASIGNATURAS CODIFICADAS CON .3 SON ESPECÍFICAS DE ESTA ORIENTACIÓN)

<b>3° AÑO</b>	<b>ASIGNATURAS ANUALES</b>	
	21-TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN II	
	22- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	
	23.3- COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN	
	24.3- PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA EDUCATIVA	
	25.3- PRODUCCIÓN GRÁFICA EDUCATIVA	
	<b>ASIGNATURAS CUATRIMESTRALES</b>	
	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>
26- LINGÜÍSTICA Y ANÁLISIS DEL DISCURSO	28- INGLÉS I	
27.3- ELECTIVA VI (EDUCATIVA)	29- TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL II	
<b>4° AÑO</b>	<b>ASIGNATURAS ANUALES</b>	
	30- METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	
	31- PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS EN COMUNICACIÓN	
	32.3- PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EDUCATIVA	
	<b>ASIGNATURAS CUATRIMESTRALES</b>	
	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>
	33- SEMIÓTICA Y COMUNICACIÓN	38.3- ELECTIVA VII (EDUCATIVA)
	34- COMUNICACIÓN Y MEDIOS DIGITALES	39.3- PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (EDUCATIVA)
35- INGLÉS II	40.3- POLÍTICAS Y LEGISLACIÓN EN EDUCACIÓN EN ARGENTINA Y AMÉRICA LATINA	
36.3- COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS	41- OPTATIVA	
37- EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	42- SEMINARIO DE EXTENSIÓN	
<b>5° AÑO</b>	<b>ASIGNATURA CUATRIMESTRAL</b>	
	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	
	43- SEMINARIO DE TRABAJO FINAL	
<b>ASIGNATURAS ELECTIVAS</b>		
-PSICOLOGÍA DEL APRENDIZAJE		
-TEORÍAS PEDAGÓGICAS		
-SOCIOLOGÍA DE LA EDUCACIÓN		

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-

*Handwritten signature in blue ink.*





Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//29.-

**CICLO SUPERIOR ORIENTADO EN COMUNICACIÓN COMUNITARIA**

(LAS ASIGNATURAS CODIFICADAS CON .4 SON ESPECÍFICAS DE ESTA ORIENTACIÓN)

<b>3° AÑO</b>	<b>ASIGNATURAS ANUALES</b>	
	21-TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN II	
	22- COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	
	23.4- COMUNICACIÓN COMUNITARIA	
	24.4- PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA COMUNITARIA	
	25.4- PRODUCCIÓN GRÁFICA COMUNITARIA	
	<b>ASIGNATURAS CUATRIMESTRALES</b>	
	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>
26- LINGÜÍSTICA Y ANÁLISIS DEL DISCURSO	28- INGLÉS I	
27.4- ELECTIVA VI (COMUNITARIA)	29- TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL II	

<b>4° AÑO</b>	<b>ASIGNATURAS ANUALES</b>	
	30- METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	
	31- PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS EN COMUNICACIÓN	
	32.4- PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL COMUNITARIA	
	<b>ASIGNATURAS CUATRIMESTRALES</b>	
	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>
	33- SEMIÓTICA Y COMUNICACIÓN	38.4- ELECTIVA VII (COMUNITARIA)
	34- COMUNICACIÓN Y MEDIOS DIGITALES	39.4- PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (COMUNITARIA)
35- INGLÉS II	40.4- PROMOCIÓN SOCIOCOMUNITARIA Y COMUNICACIÓN	
36.4- COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS	41- OPTATIVA	
37- EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	42- SEMINARIO DE EXTENSIÓN	

<b>5° AÑO</b>	<b>ASIGNATURA CUATRIMESTRAL</b>	
	<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>	
	43- SEMINARIO DE TRABAJO FINAL	

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//30.-

<b>ASIGNATURAS ELECTIVAS</b>
-CULTURAS POPULARES Y CULTURAS MEDIÁTICAS
-ECONOMÍA SOCIAL
-SOCIOPOLÍTICA Y ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN

**B) ASIGNACIÓN HORARIA SEMANAL Y TOTAL DE CADA ASIGNATURA**

**DISTRIBUCIÓN HORARIA:**

- ASIGNATURA DE DESPLIEGUE ANUAL: 28 SEMANAS
- ASIGNATURA DE DESPLIEGUE CUATRIMESTRAL: 14 SEMANAS

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//31.-

COD	ASIGNATURA	RÉGIMEN	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CORRELATIVAS		MODALIDAD DICTADO	OBS
					DÉBIL	FUERTE		
<b>CICLO BÁSICO COMÚN</b>								
<b>1° AÑO</b>								
1	LECTURA Y ESCRITURA I	ANUAL	4	112			PRESENCIAL	
2	PROCESOS SOCIALES Y POLÍTICOS CONTEMPORÁNEOS	ANUAL	3	84			PRESENCIAL	
3	COMUNICACIÓN Y MEDIOS	ANUAL	3	84			PRESENCIAL	
4	COMUNICACIÓN, IMAGEN Y SONIDO	ANUAL	3	84			PRESENCIAL	
5	INTRODUCCIÓN AL PENSAMIENTO CIENTÍFICO	CUATRIMESTRAL	3	42			PRESENCIAL	
6	ELECTIVA I	CUATRIMESTRAL	3	42			PRESENCIAL	*(1)
7	ELECTIVA II	CUATRIMESTRAL	3	42			PRESENCIAL	*(1)
8	EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES	CUATRIMESTRAL	3	42	5		PRESENCIAL	
9	POLÍTICAS Y LEGISLACIÓN EN COMUNICACIÓN	CUATRIMESTRAL	3	42			PRESENCIAL	
10	ELECTIVA III	CUATRIMESTRAL	3	42			PRESENCIAL	*(1)
<b>2° AÑO</b>								
11	LECTURA Y ESCRITURA II	ANUAL	4	112	1		PRESENCIAL	
12	TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN I	ANUAL	3	84	8		PRESENCIAL	
13	COMUNICACIÓN GRÁFICA	ANUAL	3	84	3-9		PRESENCIAL	
14	COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA	ANUAL	3	84	3-4-9		PRESENCIAL	
15	PSICOLOGÍA DEL SUJETO Y LA COMUNICACIÓN	CUATRIMESTRAL	3	42	8		PRESENCIAL	
16	TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL I	CUATRIMESTRAL	3	42	1-4		PRESENCIAL	
17	ELECTIVA IV	CUATRIMESTRAL	3	42			PRESENCIAL	*(1)
18	LINGÜÍSTICA Y COMUNICACIÓN	CUATRIMESTRAL	4	56	1		PRESENCIAL	
19	INSTITUCIONES Y SOCIEDAD	CUATRIMESTRAL	3	42	2-8		PRESENCIAL	
20	ELECTIVA V	CUATRIMESTRAL	3	42			PRESENCIAL	*(1)
<b>CICLO SUPERIOR ORIENTADO</b>								
<b>3° AÑO</b>								
21	TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN II	ANUAL	3	84	11-12-15-19	1-2-5-8	PRESENCIAL	
22	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	ANUAL	3	84	2-11	1-3-4-9	PRESENCIAL	
23.1	TEORÍAS DEL PERIODISMO	ANUAL	3	84	11-12-19	1-2-3-5-8-9	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//32.-

23.2	COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	ANUAL	3	84	11-12-19	1-2-3-5-8-9	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
23.3	COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN	ANUAL	3	84	11-12-15-19	1-2-3-5-8-9	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN EDUCATIVA
23.4	COMUNICACIÓN COMUNITARIA	ANUAL	3	84	11-12-15-19	1-2-3-5-8-9	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN COMUNITARIA
24.1	PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA PERIODÍSTICA	ANUAL	4	112	2-11-14	1-3-4-9	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA
24.2	PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA INSTITUCIONAL	ANUAL	4	112	2-11-14-19	1-3-4-9	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
24.3	PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA EDUCATIVA	ANUAL	4	112	2-11-14-19	1-3-4-9	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN EDUCATIVA
24.4	PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA COMUNITARIA	ANUAL	4	112	2-11-14-19	1-3-4-9	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN COMUNITARIA
25.1	PRODUCCIÓN GRÁFICA PERIODÍSTICA	ANUAL	4	112	2-11-13	1-3-9	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA
25.2	PRODUCCIÓN GRÁFICA INSTITUCIONAL	ANUAL	4	112	2-11-13-19	1-3-9	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
25.3	PRODUCCIÓN GRÁFICA EDUCATIVA	ANUAL	4	112	2-11-13-19	1-3-9	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN EDUCATIVA
25.4	PRODUCCIÓN GRÁFICA COMUNITARIA	ANUAL	4	112	2-11-13-19	1-3-9	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN COMUNITARIA
26	LINGÜÍSTICA Y ANÁLISIS DEL DISCURSO	CUATRIMESTRAL	4	56	11-18	1-5-8	PRESENCIAL	
27.1	ELECTIVA VI (PERIODÍSTICA)	CUATRIMESTRAL	3	42		6-7-10	PRESENCIAL	*(2) CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//33.-

27.2	ELECTIVA VI (INSTITUCIONAL)	CUATRIMESTRAL	3	42		6-7-10	PRESENCIAL	*(3) CORRESPONDE A ORIENTACIÓN INSTITUCIONAL
27.3	ELECTIVA VI (EDUCATIVA)	CUATRIMESTRAL	3	42		6-7-10	PRESENCIAL	*(4) CORRESPONDE A ORIENTACIÓN EDUCATIVA
27.4	ELECTIVA VI (COMUNITARIA)	CUATRIMESTRAL	3	42		6-7-10	PRESENCIAL	*(5) CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNITARIA
28	INGLÉS I	CUATRIMESTRAL	3	42	11	1	PRESENCIAL	
29	TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL II	CUATRIMESTRAL	3	42	11-16	1	PRESENCIAL	
<b>4° AÑO</b>								
30	METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	ANUAL	3	84	21-22-23-26	9-11-12-13-14-15-19	PRESENCIAL	
31	PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS EN COMUNICACIÓN	ANUAL	3	84	21-22-23-28	9-11-12-13-14-15-19	PRESENCIAL	
32.1	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PERIODÍSTICA	ANUAL	4	112	21-22-23	11-16	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA
32.2	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL INSTITUCIONAL	ANUAL	4	112	21-22-23	11-16	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
32.3	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EDUCATIVA	ANUAL	4	112	21-22-23	11-16	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN EDUCATIVA
32.4	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL COMUNITARIA	ANUAL	4	112	21-22-23	11-16	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN COMUNITARIA
33	SEMIÓTICA Y COMUNICACIÓN	CUATRIMESTRAL	4	56	22-26	11-18	PRESENCIAL	
34	COMUNICACIÓN Y MEDIOS DIGITALES	CUATRIMESTRAL	4	56	24-25-29	11-16	PRESENCIAL	
35	INGLÉS II	CUATRIMESTRAL	3	42	28	11	PRESENCIAL	
36.1	COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS	CUATRIMESTRAL	3	42	21-22	9-12-13-14-15	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA
36.2	DISEÑO DE CAMPAÑAS	CUATRIMESTRAL	3	42	21-22-23-25	11-13-15-16	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//34.-

36.3	COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS	CUATRIMESTRAL	3	42	21-22	9-12-13-14-15	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN EDUCATIVA
36.4	COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS	CUATRIMESTRAL	3	42	21-22	9-12-13-14-15	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN COMUNITARIA
37	EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	CUATRIMESTRAL	3	42	21-23-26	12-15-19	PRESENCIAL	
38.1	ELECTIVA VII (PERIODÍSTICA)	CUATRIMESTRAL	3	42		17-20	PRESENCIAL	*(2) CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA
38.2	ELECTIVA VII (INSTITUCIONAL)	CUATRIMESTRAL	3	42		17-20	PRESENCIAL	*(3) CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
38.3	ELECTIVA VII (EDUCATIVA)	CUATRIMESTRAL	3	42		17-20	PRESENCIAL	*(4) CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN EDUCATIVA
38.4	ELECTIVA VII (COMUNITARIA)	CUATRIMESTRAL	3	42		17-20	PRESENCIAL	*(5) CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN COMUNITARIA
39.1	PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (PERIODÍSTICA)	CUATRIMESTRAL	4	56	23-29-34	2-11-16	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA
39.2	PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (INSTITUCIONAL)	CUATRIMESTRAL	4	56	23-29-34	2-11-16	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
39.3	PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (EDUCATIVA)	CUATRIMESTRAL	4	56	23-29-34	2-11-16	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN EDUCATIVA
39.4	PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (COMUNITARIA)	CUATRIMESTRAL	4	56	23-29-34	2-11-16	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN COMUNITARIA
40.1	COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA	CUATRIMESTRAL	3	42	24-25-28	12-13-14	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//35.-

40.2	PLANEAMIENTO DE MEDIOS	CUATRIMESTRAL	3	42	23-24-25-28	12-13-14-19	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
40.3	POLÍTICAS Y LEGISLACIÓN EN EDUCACIÓN EN ARGENTINA Y AMÉRICA LATINA	CUATRIMESTRAL	3	42	23-24-25	2-9-12-13-14-19	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN EDUCATIVA
40.4	PROMOCIÓN SOCIOCOMUNITARIA Y COMUNICACIÓN	CUATRIMESTRAL	3	42	23-24-25	2-9-12-13-14-19	PRESENCIAL	CORRESPONDE A ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN COMUNITARIA
41	OPTATIVA	CUATRIMESTRAL	3	42		11-12	PRESENCIAL	*(6)
42	SEMINARIO DE EXTENSIÓN	CUATRIMESTRAL	3	42	23-24-25	9-11-15-19	PRESENCIAL	
<b>5° AÑO</b>								
43	SEMINARIO DE TRABAJO FINAL	CUATRIMESTRAL	6	84	30-31-32-37-38-39-42	21-23-24-25-27	PRESENCIAL	

**OBSERVACIONES:**

**\*(1)** LOS ESPACIOS ELECTIVA I, ELECTIVA II, ELECTIVA III, ELECTIVA IV Y ELECTIVA V (CÓDIGOS 6, 7, 10, 17 Y 20) SE ASOCIAN A LAS ASIGNATURAS:

- LITERATURA LATINOAMERICANA Y ARGENTINA DE LOS SIGLOS XX Y XXI
- DERECHO Y COMUNICACIÓN (LA ASIGNATURA DERECHO Y COMUNICACIÓN TIENE COMO CORRELATIVA FUERTE LA ASIGNATURA 9: POLÍTICAS Y LEGISLACIÓN EN COMUNICACIÓN)
- ECONOMÍA POLÍTICA
- FOTOGRAFÍA (LA ASIGNATURA FOTOGRAFÍA TIENE COMO CORRELATIVA FUERTE LA ASIGNATURA 4: COMUNICACIÓN, IMAGEN Y SONIDO)
- DISEÑO Y TÉCNICAS DE IMPRESIÓN
- ESTADÍSTICA

**\*(2)** LOS ESPACIOS ELECTIVA VI (PERIODÍSTICA) Y ELECTIVA VII (PERIODÍSTICA), CÓDIGOS 27.1 Y 38.1, SE ASOCIAN A LAS SIGUIENTES ASIGNATURAS:

- FINANZAS PÚBLICAS
- ARGENTINA: HISTORIA Y SOCIEDAD
- EL PERIODISMO EN LA HISTORIA DE SAN JUAN

**\*(3)** LOS ESPACIOS ELECTIVA VI (INSTITUCIONAL) Y ELECTIVA VII (INSTITUCIONAL), CÓDIGOS 27.2 Y 38.2, SE ASOCIAN A LAS SIGUIENTES ASIGNATURAS:

- COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//36.-

-OPINIÓN PÚBLICA E INVESTIGACIÓN DE MERCADO

-MARKETING

**\*(4)** LOS ESPACIOS ELECTIVA VI (EDUCATIVA) Y ELECTIVA VII (EDUCATIVA), CÓDIGOS 27.3 Y 38.3, SE ASOCIAN A LAS SIGUIENTES ASIGNATURAS:

-PSICOLOGÍA DEL APRENDIZAJE

-TEORÍAS PEDAGÓGICAS

-SOCIOLOGÍA DE LA EDUCACIÓN

**\*(5)** LOS ESPACIOS ELECTIVA VI (COMUNITARIA) Y ELECTIVA VII (COMUNITARIA), CÓDIGOS 27.4 Y 38.4, SE ASOCIAN A LAS SIGUIENTES ASIGNATURAS:

-CULTURAS POPULARES Y CULTURAS MEDIÁTICAS

-ECONOMÍA SOCIAL

-SOCIOPOLÍTICA Y ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN

**\*(6)** EL ESPACIO OPTATIVA, CÓDIGO 41, SE ASOCIARÁ A UN LISTADO DE ASIGNATURAS QUE APROBARÁ ANUALMENTE EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES.

**c) RÉGIMEN DE CURSADO DE CADA ASIGNATURA (ANUAL O CUATRIMESTRAL)**

CONSIGNADO EN B)

**D) MODALIDAD DE DICTADO DE CADA ASIGNATURA (PRESENCIAL O A DISTANCIA)**

TODAS LAS ASIGNATURAS DEL PLAN TIENEN MODALIDAD PRESENCIAL.

**E) OTROS REQUISITOS SI LOS HUBIERA (PASANTÍAS, NIVELES DE IDIOMA, ETC)**

TESINA: EL TRABAJO FINAL DE INVESTIGACIÓN O INTERVENCIÓN ESTARÁ SUJETO A UN REGLAMENTO DE TESINA ELABORADO POR EL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

PREVIO A SU PRESENTACIÓN EL ALUMNO/A DEBERÁ HABER RENDIDO LA TOTALIDAD DE LAS ASIGNATURAS DE LA CARRERA.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS) . //.-





Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//37.-

**F) ASIGNACIÓN HORARIA TOTAL DE LA CARRERA Y DE CADA TITULACIÓN**

2730 HORAS RELOJ

**G) CONTENIDOS MÍNIMOS DE CADA ASIGNATURA**

**CICLO BÁSICO COMÚN**

**LECTURA Y ESCRITURA I**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO ADQUIERA O AFIANCE HÁBITOS DE LECTURA Y ESCRITURA, Y QUE DESARROLLE COMPETENCIAS PARA LA PRODUCCIÓN DE TEXTOS COMO UN PROCESO ESTRATÉGICO.

**CONTENIDOS:**

LECTURA Y ESCRITURA COMO PROCESOS DE COMUNICACIÓN. CONCEPTO. ETAPAS. ESTRATEGIAS.

LENGUAJE Y COMUNICACIÓN. PROCESO Y FUNCIONES DEL LENGUAJE. COMPONENTES DE LA SITUACIÓN COMUNICATIVA. ORALIDAD Y ESCRITURA.

EL TEXTO COMO OBJETO DE LECTURA Y DE ESCRITURA. NIVEL ES Y DIMENSIONES. GÉNEROS DISCURSIVOS. LENGUA ESPAÑOLA: SISTEMA, NORMA Y HABLA. ASPECTOS NORMATIVOS EN LAS DIMENSIONES NOTACIONAL, MORFOLÓGICA, SINTÁCTICA, SEMÁNTICA Y PRAGMÁTICA.

**PROCESOS SOCIALES Y POLÍTICOS CONTEMPORÁNEOS**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO COMPRENDA EN SU COMPLEJIDAD LOS PRINCIPALES PROCESOS SOCIALES, ECONÓMICOS, POLÍTICOS Y CULTURALES QUE CONFIGURAN LA HISTORIA RECIENTE EN AMÉRICA LATINA Y LA ARGENTINA.

**CONTENIDOS:**

LA MODERNIDAD: CLAVES PARA INTERPRETAR LA HISTORIA DE LA SOCIEDAD Y LA CULTURA. ORIGEN Y PROBLEMAS DEL ESTADO MODERNO. POSITIVISMO. LA CONSTRUCCIÓN DE LA MODERNIDAD LATINOAMERICANA. MARXISMO. SIGLO XIX: CONFLICTOS SOCIALES Y POLÍTICOS EN EL MUNDO, ARGENTINA Y SAN JUAN. PENSADORES POSMODERNOS. SIGLO XX: CONTEXTO HISTÓRICO-IDEOLÓGICO-CULTURAL. MODELOS DE ACUMULACIÓN. AMÉRICA LATINA EN EL MARCO DE LAS

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//38.-

DEMOCRACIAS CONDICIONADAS, RUPTURAS REVOLUCIONARIAS, DICTADURAS Y NUEVAS DEMOCRACIAS.

**COMUNICACIÓN Y MEDIOS**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO RECONOZCA LA RELACIÓN DIALÉCTICA ENTRE CONTEXTOS SOCIALES, CULTURALES Y POLÍTICOS Y EL SURGIMIENTO, EVOLUCIÓN Y NATURALEZA DE LAS TECNOLOGÍAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

**CONTENIDOS:**

DE LA IMPRENTA A INTERNET: CAMBIOS EN LAS FORMAS DE PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LOS BIENES SIMBÓLICOS. LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL COMO REVOLUCIÓN EN LAS COMUNICACIONES. MODERNIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. NATURALEZA Y CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS DE LAS TECNOLOGÍAS Y LOS MEDIOS GRÁFICOS, RADIALES, TELEVISIVOS Y MULTIMEDIALES. DIVERSIFICACIÓN DE LA AUDIENCIA DE MASAS. REVOLUCIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN. DEL PARADIGMA INDUSTRIAL AL CAPITALISMO INFORMACIONAL. BIENES CULTURALES Y BIENES INTANGIBLES. CONVERGENCIA TECNOLÓGICA. REDES SOCIALES. MEDIOS DIGITALES. DIMENSIÓN DEONTOLÓGICA DEL TRABAJO DEL COMUNICADOR.

**COMUNICACIÓN, IMAGEN Y SONIDO**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO REFLEXIONE SOBRE LA RELACIÓN HISTÓRICA ENTRE LA IMAGEN Y EL SONIDO MEDIATIZADOS Y OTRAS MODALIDADES DE REPRESENTACIÓN A LO LARGO DE LA HISTORIA.

**CONTENIDOS:**

DEL LENGUAJE VISUAL AL MENSAJE VISUAL. PERCEPCIÓN Y REPRESENTACIÓN. DE LA IMAGEN SINTÉTICA A LA IMAGEN DIGITAL. SINTAXIS VISUAL. LA IMAGEN FOTOGRÁFICA. LA IMAGEN AUDIOVISUAL. ESTÉTICA: DISTINTOS PARADIGMAS EN TORNO A LA NOCIÓN DE ARTE. MOVIMIENTOS DE VANGUARDIA. EL SONIDO. LAS FUNCIONES DEL SONIDO EN LOS MEDIOS AUDIOVISUALES. EL SONIDO EN CINE, VIDEO, TELEVISIÓN Y RADIO. SINTAXIS MUSICAL.

**INTRODUCCIÓN AL PENSAMIENTO CIENTÍFICO**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO SE INTRODUZCA AL ESTUDIO HISTÓRICO-SOCIAL Y FILOSÓFICO DE LA CIENCIA, Y REFLEXIONE CRÍTICAMENTE EN TORNO A LAS DIVERSAS DIMENSIONES E

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//39.-

IMPLICANCIAS SOCIALES DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTOS CIENTÍFICOS.

**CONTENIDOS:**

CONCEPCIONES DE LA CIENCIA EN LA HISTORIA DEL PENSAMIENTO OCCIDENTAL. CONTEXTO HISTÓRICO Y CONDICIONES SOCIOPOLÍTICAS DE SURGIMIENTO DE LAS DISCIPLINAS CIENTÍFICAS MODERNAS. RUPTURAS CON SABERES PREVIOS. DIMENSIONES HISTÓRICA, SOCIAL, CULTURAL, EPISTÉMICA Y POLÍTICA DE PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTOS CIENTÍFICOS. CARACTERIZACIÓN MODERNA Y CONTEMPORÁNEA DE LA CIENCIA. CONOCIMIENTO CIENTÍFICO Y CONOCIMIENTO DE SENTIDO COMÚN. RELACIÓN SUJETO-OBJETO. CLASES DE CIENCIAS, TIPOS DE ENUNCIADOS CIENTÍFICOS Y CRITERIOS DE VERDAD. EL PAPEL DE LA TEORÍA. RELACIÓN ENTRE EPISTEMOLOGÍA, TEORÍA, METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN. DEBATES ACERCA DE LOS MÉTODOS DE DESCUBRIMIENTO Y VALIDACIÓN. PRINCIPALES CORRIENTES EPISTEMOLÓGICAS Y METODOLÓGICAS EN CIENCIAS EMPÍRICAS: INDUCTIVISMO, DEDUCTIVISMO, CONSTRUCTIVISMO, FALSACIONISMO. IMPLICANCIAS SOCIALES, POLÍTICAS, ECONÓMICAS, CULTURALES Y ÉTICAS DE LA CIENCIA EN LAS PRÁCTICAS SOCIALES. PERSPECTIVAS EPISTEMOLÓGICAS LATINOAMERICANAS Y REFLEXIONES EN TORNO A LAS RELACIONES ENTRE CIENCIA, TECNOLOGÍA, POLÍTICA Y SOCIEDAD.

**EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO CONCEPTUALICE LAS PROBLEMÁTICAS EPISTEMOLÓGICO-METODOLÓGICAS MÁS RELEVANTES EN EL CAMPO DE LAS CIENCIAS SOCIALES Y LAS PRINCIPALES CORRIENTES DE LA TEORÍA SOCIAL CONTEMPORÁNEA.

**CONTENIDOS:**

CONSTITUCIÓN HISTÓRICA DE LAS CIENCIAS SOCIALES. CONDICIONES SOCIALES, CULTURALES, EPISTÉMICAS Y POLÍTICAS DEL SURGIMIENTO DE LAS DISCIPLINAS CIENTÍFICO-SOCIALES EUROPEAS.

GRANDES PARADIGMAS EPISTEMOLÓGICO-METODOLÓGICOS EN CIENCIAS SOCIALES. POSITIVISMO, HERMENÉUTICA Y DIALÉCTICA. EL PROBLEMA DEL MÉTODO: EXPLICACIÓN VS. COMPRENSIÓN.

PRINCIPALES CORRIENTES DE LA TEORÍA SOCIAL CONTEMPORÁNEA. ESTRUCTURAL-FUNCIONALISMO. TEORÍA DE SISTEMAS. SOCIOLOGÍA COMPRENSIVA. MATERIALISMO HISTÓRICO. ESCUELA DE FRANKFURT. TEORÍA DE LA HEGEMONÍA. POSTMARXISMOS. POSTESTRUCTURALISMO. TEORÍAS DEL DISCURSO.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027/14CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//40.-

**POLÍTICAS Y LEGISLACIÓN EN COMUNICACIÓN**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO COMPREnda EL PAPEL DEL ESTADO COMO GENERADOR DE POLÍTICAS COMUNICACIONALES Y ENTIENDA EL MARCO LEGAL DE LA ACTIVIDAD EN LA ARGENTINA Y AMÉRICA LATINA.

**CONTENIDOS:**

PROBLEMÁTICAS EN TORNO AL ESTADO MODERNO Y CONTEMPORÁNEO. NOMIC, TEORÍA DE LA DEPENDENCIA Y LA INVASIÓN CULTURAL Y EL PACTO DE SAN JOSÉ DE COSTA RICA. DIVERSAS CONCEPCIONES Y ACTORES DESDE LA SOCIOPOLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN Y LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LAS COMUNICACIONES. ACCESO Y PARTICIPACIÓN. LEGISLACIÓN SOBRE MEDIOS EN EUROPA, ESTADOS UNIDOS Y LATINOAMÉRICA. DEBATES LATINOAMERICANOS SOBRE COMUNICACIÓN. POLÍTICAS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XX Y XXI EN ARGENTINA Y AMÉRICA LATINA. PRIVATIZACIONES, DESREGULACIÓN, AUTOREGULACIÓN Y MULTIMEDIOS. LEGISLACIÓN Y POLÍTICAS SOBRE MEDIOS GRÁFICOS. LEY DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.

**LECTURA Y ESCRITURA II**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO COMPREnda LOS DIFERENTES GÉNEROS DISCURSIVOS ASÍ COMO LAS CARACTERÍSTICAS PROPIAS DE LA EXPRESIÓN ORAL Y ESCRITA A LOS FINES DE LA LECTURA Y PRODUCCIÓN DE TEXTOS.

**CONTENIDOS:**

GÉNEROS, ESTILOS, FORMATOS Y TIPOS DE TEXTOS. FUNCIONES TEXTUALES Y GÉNEROS MEDIÁTICOS. RECONOCIMIENTO Y PRODUCCIÓN DE TEXTOS INFORMATIVOS, NARRATIVOS, DESCRIPTIVOS, EXPLICATIVOS Y ARGUMENTATIVOS. RECONOCIMIENTO Y PRODUCCIÓN DE TEXTOS PARA SOPORTES GRÁFICO, RADIOFÓNICO, AUDIOVISUAL Y DIGITAL.

**TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN I**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO CONOZCA LAS PRINCIPALES CORRIENTES EN LOS ESTUDIOS SOBRE COMUNICACIÓN Y REFLEXIONE EN TORNO DE LOS SUPUESTOS EPISTEMOLÓGICOS PRESENTES EN CADA ABORDAJE.

**CONTENIDOS:**

UBICACIÓN DEL CAMPO DE ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN EN LAS CIENCIAS SOCIALES. ÉNFQUES CLÁSICOS DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS:

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027/14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//41.-

APLICACIÓN DEL POSITIVISMO AL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN - "MASS COMMUNICATION RESEARCH": EL CONDUCTISMO, LA TEORÍA DE LA SOCIEDAD DE MASAS Y TEORÍA DE LA AGUJA HIPODÉRMICA; EL NEOCONDUCTISMO Y LA CORRIENTE EMPÍRICO-EXPERIMENTAL; LA SOCIOLOGÍA DE CAMPO Y LOS ESTUDIOS EMPÍRICOS SOBRE EL TERRENO; EL FUNCIONALISMO. APLICACIÓN DEL PARADIGMA SOCIOCÍTICO AL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN - ESCUELA DE FRANKFURT - 1ª GENERACIÓN: INDUSTRIA CULTURAL, CIERRE DEL UNIVERSO DEL DISCURSO. ESCUELA DE FRANKFURT - 2ª GENERACIÓN: INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA ACCIÓN COMUNICATIVA. INTERACCIONISMO SIMBÓLICO. TEORÍA SISTÉMICA - ESCUELA DE PALO ALTO. COMUNICACIÓN VERBAL Y NO-VERBAL. TEORÍAS DE EFECTOS COGNITIVOS DE LOS MENSAJES DE LOS MEDIOS EN EL PÚBLICO, A LARGO PLAZO. CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA REALIDAD Y CONSTRUCCIÓN DEL ACONTECIMIENTO.

**COMUNICACIÓN GRÁFICA**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO CONOZCA Y COMPRENDA LA NATURALEZA, LENGUAJE Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS GRÁFICOS EN SUS DISTINTAS EXPRESIONES Y SE INICIE EN LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS.

**CONTENIDOS:**

ORIGEN, DESARROLLO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN GRÁFICOS EN AMÉRICA LATINA, ARGENTINA Y SAN JUAN. LOS MEDIOS GRÁFICOS COMO ACTORES POLÍTICOS Y PRODUCTORES DE CONOCIMIENTO. MEDIOS IMPRESOS PRIVADOS, INSTITUCIONALES, EDUCATIVOS, COMUNITARIOS, GREMIALES Y SECTORIALES. GRUPOS MULTIMEDIOS. MORFOLOGÍA Y ORGANIZACIÓN DE CONTENIDOS EN DIARIOS, REVISTAS Y OTRAS PUBLICACIONES PERIÓDICAS IMPRESAS. EL CONCEPTO DE NOTICIA. DEL HECHO AL RELATO DEL HECHO. DE LOS FACTORES NOTICIALES A LA VALORACIÓN DE LOS ACONTECIMIENTOS. PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS PARA MEDIOS IMPRESOS: FASES Y CARACTERÍSTICAS. PERIODICIDAD Y CONSTRUCCIÓN DE LA ACTUALIDAD. FUENTES. AGENCIAS. GÉNEROS DEL PERIODISMO GRÁFICO EN DIARIOS, PERIÓDICOS Y REVISTAS. HIBRIDACIÓN. INFOGRAFÍAS. LA FOTOGRAFÍA Y SU RELACIÓN CON LA PRENSA. FOTOPERIODISMO. LA PUBLICIDAD Y OTRAS FORMAS DE ESPACIOS PAGOS. PÚBLICOS LECTORES. IMPACTO Y PAPEL DE LAS TICs.

**COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO CONOZCA Y COMPRENDA LA NATURALEZA, LENGUAJE Y  
(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS) //.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//42.-

CARACTERÍSTICAS DEL MEDIO RADIOFÓNICO EN SUS DISTINTAS EXPRESIONES Y SE INICIE EN LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS.

**CONTENIDOS:**

ORIGEN, DESARROLLO, ORGANIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS RADIOFÓNICOS PÚBLICOS, PRIVADOS, INSTITUCIONALES, COMUNITARIOS O ALTERNATIVOS EN AMÉRICA LATINA, ARGENTINA Y SAN JUAN. MODELOS RADIOFÓNICOS: CONTENIDOS, ESTÉTICAS, PERFILES DE AUDIENCIA. LENGUAJE RADIOFÓNICO: ELEMENTOS. GUIÓN. PROGRAMACIÓN. PROGRAMA DE RADIO. TIPOLOGÍA. GÉNEROS Y FORMATOS RADIOFÓNICOS PERIODÍSTICOS, FICCIONALES, PROMOCIONALES. HIBRIDACIONES Y NUEVOS FORMATOS. AGENCIAS. LA PUBLICIDAD EN LA RADIO. IMPACTO DE LAS TICs. LA RADIO POR INTERNET. ANÁLISIS, ESCUCHA CRÍTICA Y PRODUCCIÓN DE PIEZAS EN DISTINTOS GÉNEROS Y FORMATOS.

**PSICOLOGÍA DEL SUJETO Y LA COMUNICACIÓN**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS SE APROXIMEN A DIFERENTES MIRADAS EPISTEMOLÓGICAS ACERCA DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA SUBJETIVIDAD EN RELACIÓN A LAS TRANSFORMACIONES CULTURALES Y SU DIALÉCTICA CON EL CAMPO COMUNICACIONAL.

**CONTENIDOS:**

LA COMUNICACIÓN LINEAL: EL CONDUCTISMO-COGNITIVISMO -NEUROCIENCIAS.

LA COMUNICACIÓN COMO SISTEMA: EL INTERACCIONISMO.

LA COMUNICACIÓN COMO SÍNTOMA: DEL SUJETO DE LA RAZÓN AL SUJETO DIVIDIDO. DE LA PSICOLOGÍA DE LAS MASAS AL MALESTAR EN LA CULTURA.

LA COMUNICACIÓN COMO MALENTENDIDO NECESARIO: DIFERENCIA ENTRE CONSTITUCIÓN DEL SUJETO COMO INVARIANTE ESTRUCTURAL Y SUBJETIVIDAD COMO EFECTO DE TRANSFORMACIONES CULTURALES. LENGUAJE, PALABRA Y DISCURSO.

EL DISCURSO COMO LAZO SOCIAL. SIGNIFICANTES AMOS: DISPUTA SIMBÓLICA POR EL RELATO. DISPOSITIVOS DE CONTROL COMO EFECTO DE LA DECLINACIÓN SUBJETIVA DE LA AUTORIDAD.

**TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL I**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO DESARROLLE CAPACIDAD DE EVALUACIÓN CRÍTICA FRENTE A LAS OPCIONES QUE OFRECE LA TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL Y PUEDA OPERAR CON SOLVENCIA SOBRE LOS ASPECTOS TECNOLÓGICOS DE LA PRODUCCIÓN Y EDICIÓN DE IMÁGENES DIGITALES CON PROPÓSITOS DIVERSOS.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//43.-

**CONTENIDOS:**

FUNDAMENTOS DE LA TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL, ALCANCES Y LIMITACIONES. CONFIGURACIÓN LÓGICA Y FÍSICA DE LA COMPUTADORA. TECNOLOGÍA DE GRÁFICOS DIGITALES: DIMENSIONES, COLOR, FORMATOS GRÁFICOS. CREACIÓN Y EDICIÓN DE GRÁFICOS CON DESTINOS DIVERSOS (IMPRESIÓN, MONITOR, WEB). SOFTWARE LIBRE, SOFTWARE PRIVATIVO Y SOFTWARE PATENTADO.

**LINGÜÍSTICA Y COMUNICACIÓN**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO COMPRENDA LA LINGÜÍSTICA COMO DISCIPLINA CIENTÍFICA, SUS PRINCIPALES TEORÍAS Y SU RELACIÓN CON LA COMUNICACIÓN.

**CONTENIDOS:**

LA LINGÜÍSTICA COMO DISCIPLINA: OBJETO/S Y UNIDADES DE ANÁLISIS. EL LENGUAJE: SISTEMA Y USO.

LA LENGUA. GRAMÁTICA. ASPECTOS MORFOLÓGICOS Y SINTÁCTICOS DEL ESPAÑOL.

EL TEXTO. CONTEXTO DE SITUACIÓN. COHESIÓN TEXTUAL. TIPOS TEXTUALES. EL LENGUAJE EN EL CONTEXTO SOCIAL.

**INSTITUCIONES Y SOCIEDAD**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO RECONOZCA DIFERENTES ABORDAJES TEÓRICOS SOBRE INSTITUCIONES Y ORGANIZACIONES.

**CONTENIDOS:**

INSTITUCIÓN. CONSTITUCIÓN DE LAS INSTITUCIONES COMO FUNDAMENTO DEL ORDEN SOCIAL: LO INSTITUIDO.

LA DINÁMICA DEL CAMBIO: LO INSTITUYENTE. ORGANIZACIÓN, PARADIGMAS DE LECTURA ACERCA DE LAS ORGANIZACIONES. ORGANIZACIONES Y PODER. DIFERENTES ACTORES INSTITUCIONALES Y SUS RELACIONES. GRUPOS. DISCURSO, LENGUAJE, IDEOLOGÍA E INSTITUCIONES.

**LITERATURA LATINOAMERICANA Y ARGENTINA DE LOS SIGLOS XX Y XXI**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO COMPRENDA LA RELACIÓN ENTRE LA LITERATURA COMO DISCURSO SOCIAL Y EL CONTEXTO EN QUE DICHO DISCURSO SE PRODUCE.

**CONTENIDOS:**

LITERATURA: CONCEPTOS BÁSICOS. MOVIMIENTOS LITERARIOS. RELACIÓN ENTRE LA LITERATURA Y LOS PROCESOS SOCIALES Y POLÍTICOS ARGENTINOS Y

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027/14-CS) //.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//44.-

LATINOAMERICANOS DE LOS SIGLOS XX Y XXI. EL ENSAYO LATINOAMERICANO. LA NARRATIVA LATINOAMERICANA. LA DRAMÁTICA. LA LÍRICA.. AUTORES Y OBRAS EN AMÉRICA LATINA Y ARGENTINA

**DERECHO Y COMUNICACIÓN**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO CONOZCA Y COMPRENDA LA TERMINOLOGÍA Y LOS PRINCIPIOS GENERALES DEL DERECHO E IDENTIFIQUE SUS FUENTES. QUE RECONOZCA A LA COMUNICACIÓN COMO DERECHO HUMANO.

**CONTENIDOS:**

EL DERECHO. CONCEPTO. CLASIFICACIÓN. ORGANIZACIÓN JURÍDICA DEL ESTADO NACIONAL Y PROVINCIAL. EL DERECHO SUBJETIVO A LA INFORMACIÓN. LA COMUNICACIÓN COMO DERECHO HUMANO: PACTO DE SAN JOSÉ DE COSTA RICA. LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN. LÍMITES A LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN. DERECHOS DE AUTOR. DERECHO A LA INTIMIDAD. TERMINOLOGÍA JURÍDICA PARA EL MANEJO PERIODÍSTICO.

**ECONOMÍA POLÍTICA**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ESTUDIANTES COMPRENDAN LOS ENFOQUES TEÓRICOS QUE PROBLEMATIZAN LAS DIVERSAS FORMAS DE ARTICULACIÓN ENTRE EL ESTADO Y EL MERCADO.

**CONTENIDOS:**

ECONOMÍA POLÍTICA Y ECONOMÍA. EL ENFOQUE NEOCLÁSICO Y LA DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS.

EL ENFOQUE KEYNESIANO Y LA DETERMINACIÓN DEL PRODUCTO. GASTO Y EMPLEO. ECONOMÍA INTERNACIONAL, LATINOAMERICANA Y ARGENTINA. CRECIMIENTO Y DESARROLLO.

**FOTOGRAFÍA**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO ADQUIERA Y CONOZCA EL LENGUAJE FOTOGRÁFICO A TRAVÉS DEL APRENDIZAJE DE SUS FUNDAMENTOS TEÓRICOS, TÉCNICOS, PRÁCTICOS Y ESTÉTICOS.

**CONTENIDOS:**

CONCEPTOS BÁSICOS Y FUNDAMENTOS TÉCNICOS DE LA FOTOGRAFÍA. ANTECEDENTES HISTÓRICOS.

TIPOLOGÍA DE CÁMARAS. FOTOGRAFÍA ANALÓGICA Y DIGITAL. ILUMINACIÓN. OBJETIVOS, FILTROS Y EQUIPAMIENTO FOTOGRÁFICO. ESTRATEGIAS SIGNIFICATIVAS: COMPOSICIÓN Y ENCUADRE FOTOGRÁFICO. LA FOTOGRAFÍA EN LA CONVERGENCIA TECNOLÓGICA.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-





Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//45.-

**DISEÑO Y TÉCNICAS DE IMPRESIÓN**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ESTUDIANTE EXPLORE LOS ELEMENTOS FORMALES Y DE ESTILO DEL DISEÑO GRÁFICO Y CONOZCA LAS DISTINTAS ETAPAS DE IMPRESIÓN DE LA INDUSTRIA GRÁFICA, SUS ALCANCES TECNOLÓGICOS Y RECURSOS.

**CONTENIDOS:**

DISEÑO GRÁFICO. DISEÑO EDITORIAL Y DISEÑO DE LA INFORMACIÓN. DISEÑO DESDE EL CONTENIDO. TIPOGRAFÍA. DIAGRAMACIÓN. COMPOSICIÓN. PIEZAS IMPRESAS: FORMATOS. MAQUETADO. SISTEMAS DE IMPRESIÓN ANALÓGICOS Y DIGITALES. EL COLOR. PAPEL: CLASIFICACIÓN Y POSIBILIDADES. TINTAS. ENCUADERNACIÓN.

**ESTADÍSTICA**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO COMPREnda LAS HERRAMIENTAS QUE LA ESTADÍSTICA DISPONE PARA LA INTERPRETACIÓN DE DATOS E INFORMACIÓN Y SU APORTE A LA COMUNICACIÓN EN EL MARCO DE LAS CIENCIAS SOCIALES.

**CONTENIDOS:**

LA ESTADÍSTICA Y SU RELACIÓN CON LAS CIENCIAS SOCIALES. NOCIONES MATEMÁTICAS. ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA. ANÁLISIS DESCRIPTIVO COMPLETO. MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL Y MEDIDAS DE DISPERSIÓN. CARACTERÍSTICAS. INDICADORES. TIPOS. NÚMEROS ÍNDICES. PROBABILIDAD. ELEMENTOS DE TEORÍA DE CONJUNTOS. DISTRIBUCIONES DE PROBABILIDAD. MUESTREO. INFERENCIA ESTADÍSTICA. TEST DE HIPÓTESIS.

**ASIGNATURAS COMUNES DEL CICLO SUPERIOR ORIENTADO**

**TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN II**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO CONOZCA LOS ESTUDIOS CRÍTICOS EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN CONTEMPORÁNEA EN EL MARCO DEL PARADIGMA INTERPRETATIVO Y REFLEXIONE SOBRE LA PRODUCCIÓN, CIRCULACIÓN Y CONSUMOS MEDIÁTICOS COMO PROCESOS DE MEDIACIÓN SOCIOCULTURAL EN AMÉRICA LATINA Y LA REGIÓN.

**CONTENIDOS:**

COMUNICACIÓN Y CULTURA COMO CAMPOS INTERDISCIPLINARIOS EN EL MARCO DE LA GEOPOLÍTICA DEL CONOCIMIENTO DESDE UNA PERSPECTIVA INTERCULTURAL. LA (CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS) //.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//46.-

ESCUELA DE BIRMINGHAM. LOS ESTUDIOS CULTURALES EN AMÉRICA LATINA Y ARGENTINA. MEDIOS MASIVOS, CULTURA DE MASAS Y CULTURA POPULAR. EL PROBLEMA DE LAS MEDIACIONES DE PRODUCCIÓN DE SENTIDO. LOS PROCESOS DE RECEPCIÓN DEL DISCURSO. DISCURSO Y PODER.

**COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS PUEDAN PROBLEMATIZAR, ANALIZAR Y CARACTERIZAR LOS DISCURSOS, SOPORTES Y MEDIOS AUDIOVISUALES, ESPECIALMENTE EL DE LA TELEVISIÓN Y SE INICIEN EN LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS.

**CONTENIDOS:**

MEDIOS, GÉNEROS Y FORMATOS PARA LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.

NATURALEZA DEL MEDIO TELEVISIVO. ORIGEN, DESARROLLO Y CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES PÚBLICOS, PRIVADOS, INSTITUCIONALES Y COMUNITARIOS EN AMÉRICA LATINA, ARGENTINA Y SAN JUAN. MONOPOLIOS. MULTIMEDIOS. PRODUCTORAS Y CANALES. PROGRAMACIÓN TELEVISIVA. GÉNEROS Y FORMATOS. LA SEGMENTACIÓN DE LOS PÚBLICOS. LOS NUEVOS GÉNEROS. HIBRIDACIÓN.

TECNOLOGÍAS DE EMISIÓN Y RECEPCIÓN. EQUIPO TÉCNICO PARA LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.

EL LENGUAJE AUDIOVISUAL: ELEMENTOS BÁSICOS. EVOLUCIÓN TECNOLÓGICA, ESTÉTICA Y DISCURSIVA DE LA TELEVISIÓN EN LAS ÚLTIMAS DÉCADAS. EL PROCESO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL: ETAPAS.

TELEVISIÓN CON FINES EDUCATIVOS. CANALES, GÉNEROS Y FORMATOS. FORMATOS PERIODÍSTICOS EN TV.

IMPACTO DE LAS NTICS. EL DISEÑO DE LA PROGRAMACIÓN DE MEDIOS AUDIOVISUALES: MODELOS DE PROGRAMACIÓN Y METODOLOGÍA PARA SU DISEÑO. LA ORGANIZACIÓN DE LAS TAREAS DE PRODUCCIÓN EN LOS MEDIOS AUDIOVISUALES. PRODUCCIÓN PROPIA, CO-PRODUCCIONES, PRODUCCIONES EN RED, ETC. RECURSOS INSTITUCIONALES Y ECONÓMICOS PARA LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL (CONCURSOS INCAA, POLOS REGIONALES, RED NACIONAL AUDIOVISUAL UNIVERSITARIA, ETC.) GESTIÓN DE CONTENIDOS PRODUCIDOS POR TERCEROS; VINCULACIÓN CON PRODUCTORES INDEPENDIENTES. ANÁLISIS Y AUDIOVISIONADO CRÍTICO.

**LINGÜÍSTICA Y ANÁLISIS DEL DISCURSO**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO CONOZCA, DISCUTA Y APLIQUE DIVERSAS VERTIENTES DEL ANÁLISIS DEL DISCURSO SEGÚN DIVERSOS ENUNCIADOS HISTÓRICOS.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//47.-

**CONTENIDOS:**

EL DISCURSO EN EL MARCO DE LA LINGÜÍSTICA. EL DISCURSO COMO CAMPO INTERDISCIPLINARIO. CRITERIOS DE PERTINENCIA.

DISCURSO Y SUBJETIVIDAD. ENUNCIACIÓN. GÉNEROS DISCURSIVOS. POLIFONÍA. DISCURSO Y PODER. PRÁCTICAS DISCURSIVAS.

ANÁLISIS DE DISCURSOS DE LA COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA, INSTITUCIONAL, EDUCATIVA Y COMUNITARIA.

**INGLÉS I**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO ADQUIERA CONOCIMIENTOS BÁSICOS DEL IDIOMA INGLÉS EN SUS ASPECTOS MORFOLÓGICOS, SINTÁCTICOS, FONOLÓGICOS, SEMÁNTICOS Y PRAGMÁTICOS.

**CONTENIDOS:**

THE, A, AN. PRONOMBRES. SUJETO Y PREDICADO. ADJETIVOS POSESIVOS. PRESENTE SIMPLE. FORMAS AFIRMATIVA, INTERROGATIVA Y NEGATIVA. ADVERBIOS DE TIEMPO. VERBO TO BE. USO DEL VERBO AUXILIAR DO/DOES. THERE IS/ARE. USO DE WHO, WHERE, WHEN, WHAT, WHICH, WHY. PREPOSICIONES. PRESENTE CONTINUO. VOZ PASIVA. EL ADJETIVO. PASADO SIMPLE. FUTURO SIMPLE. ORACIONES CONDICIONALES. VERBOS DEFECTIVOS. PREFIJOS. MODO IMPERATIVO. VERBOS REGULARES E IRREGULARES. SUFIJOS. VOCABULARIO.

**TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL II**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS OPEREN SOBRE LOS ASPECTOS TECNOLÓGICOS DE LA PRODUCCIÓN Y EDICIÓN DE TEXTOS Y PUBLICACIONES DIGITALES CON DESTINOS DIVERSOS Y QUE PUEDAN ABORDAR EL APRENDIZAJE DE DIFERENTES SOFTWARES RELACIONADOS CON SU TRABAJO.

**CONTENIDOS:**

FUNDAMENTOS DEL TRABAJO CON TEXTOS DIGITALES E HIPERTEXTOS. PRODUCCIÓN DE PUBLICACIONES DIGITALES E IMPRESAS. LÓGICA DE LOS SOFTWARES DE MAQUETACIÓN. DESEMPEÑO EFICIENTE EN LA WEB: HERRAMIENTAS DE BÚSQUEDA, INTERCAMBIO Y ALMACENAMIENTO DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE INTERNET.

**METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO ANALICE Y COMPRENDA EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN EN (CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS) //.-

*[Handwritten signature]*



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//48.-

COMUNICACIÓN DESDE DIVERSOS ENFOQUES EPISTEMOLÓGICOS Y TEÓRICOS ASÍ COMO ANALICE Y PROPONGA DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN.

**CONTENIDOS:**

LA COMUNICACIÓN COMO OBJETO DE ESTUDIO: PRINCIPALES PROBLEMÁTICAS Y ASPECTOS EPISTEMOLÓGICOS. FORMULACIÓN DE UN PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN. TIPOS DE DISEÑO. ABORDAJE CUANTITATIVO Y CUALITATIVO. INSTRUMENTOS DE RELEVAMIENTO Y CONSTRUCCIÓN DE DATOS. DECONSTRUCCIÓN DE TEXTOS ACADÉMICOS. TRABAJO DE CAMPO Y PRÁCTICAS INVESTIGATIVAS. LA ESCRITURA DE INFORMES DE INVESTIGACIÓN.

**PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS EN COMUNICACIÓN**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS APRENDAN A FORMULAR UN PROYECTO COMUNICACIONAL EN DISTINTOS CONTEXTOS.

**CONTENIDOS:**

PLANIFICACIÓN: CONTEXTO Y CORRIENTES TEÓRICO EPISTEMOLÓGICOS EN AMÉRICA LATINA. METODOLOGÍA GENERAL DE PLANIFICACIÓN. DIAGNÓSTICO, FORMULACIÓN, GESTIÓN, EVALUACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DE PROYECTOS SOCIALES COMUNICACIONALES EN ÁMBITOS PRIVADOS Y PÚBLICOS. EL PRESUPUESTO EN LA PLANIFICACIÓN.

**SEMIÓTICA Y COMUNICACIÓN**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS COMPRENDAN Y CONTRASTEN TEORÍAS SEMIÓTICAS A FIN DE ANALIZAR PRÁCTICAS Y PRODUCTOS COMUNICATIVOS EN DISTINTOS FORMATOS Y SOPORTES.

**CONTENIDOS:**

LA SEMIÓTICA COMO DISCIPLINA: OBJETO/S, MÉTODOS Y UNIDADES DE ANÁLISIS.

EL SIGNO. TEORÍAS DE SAUSSURE, PEIRCE Y ECO.

LA SIGNIFICACIÓN. RECORRIDOS GENERATIVOS: PLANOS, NIVELES, COMPONENTES Y UNIDADES DE ANÁLISIS. SIGNIFICACIÓN Y COMUNICACIÓN. SEMIOSIS SOCIAL. DISCURSO SOCIAL: PRODUCCIÓN, CIRCULACIÓN Y RECONOCIMIENTO. SEMIOSIS SOCIAL Y COMUNICACIÓN.

ANÁLISIS DE DISCURSOS SOCIALES EN DIVERSOS FORMATOS Y SOPORTES.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//49.-

**COMUNICACIÓN Y MEDIOS DIGITALES**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS COMPRENDAN LAS CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS Y DISCURSIVAS PRESENTES EN LOS MEDIOS DIGITALES INTERACTIVOS Y SE INICIEN EN LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS.

**CONTENIDOS:**

LA COMUNICACIÓN DIGITAL INTERACTIVA. EL LENGUAJE MULTIMEDIAL. INTERNET Y LA WWW: NATURALEZA, CARACTERÍSTICAS E HISTORICIDAD. CONVERGENCIA. SITIOS, PORTALES, BLOGS, REDES Y OTROS ESPACIOS. MEDIOS PERIODÍSTICOS ON LINE. INTERNET Y COMUNICACIÓN EDUCATIVA. MEDIOS COMUNITARIOS EN LA WEB. MEDIOS INTERACTIVOS EN LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL. ANÁLISIS CRÍTICO DE MEDIOS Y MENSAJES. TRANSMEDIALIDAD.

**INGLÉS II**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO AMPLÍE SU CONOCIMIENTO SOBRE LAS ESTRUCTURAS DEL IDIOMA A UN NIVEL INTERMEDIO Y ADQUIERA CAPACIDAD DE COMUNICACIÓN CONVERSACIONAL, ASÍ COMO HABILIDAD PARA PRODUCIR Y COMPRENDER TEXTOS EN INGLÉS.

**CONTENIDOS:**

TIEMPOS VERBALES, ESTRUCTURA VERBAL Y EXPRESIONES: FUTURO, PRESENTE PERFECTO, PASADO CONTINUO, PASADO PERFECTO SIMPLE. TIEMPO PRESENTE EN TIEMPO FUTURO: PRIMERO Y SEGUNDO CONDICIONAL. USOS DEL GERUNDIO Y DEL INFINITIVO. ADVERBIOS, FORMACIÓN Y COMPARACIÓN. FORMAS POSESIVAS. PRONOMBRES REFLEXIVOS. USO DE ARTÍCULOS. REPORTED SPEECH. EXPRESIONES DE NÚMERO Y CANTIDAD. EXCLAMACIONES CON WHAT, HOW, SO AND SUCH. FORMACIÓN DE PALABRAS. PRONUNCIACIÓN, RITMO Y ENTONACIÓN. INTERPRETACIÓN DE TEXTOS PUBLICITARIOS Y PERIODÍSTICOS.

**EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO REFLEXIONE CRÍTICAMENTE ACERCA DEL LUGAR QUE OCUPAN LOS ESTUDIOS CIENTÍFICOS DE LA COMUNICACIÓN AL INTERIOR DEL CAMPO DE LAS CIENCIAS SOCIALES Y DE LAS PROBLEMÁTICAS EPISTEMOLÓGICAS Y METODOLÓGICAS ESPECÍFICAS DE LA COMUNICACIÓN.

**CONTENIDOS:**

CIENCIAS SOCIALES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN. ENTRECruzAMIENTOS DISCIPLINARES Y ESPECIFICIDAD DISCIPLINAR. ESTATUTO EPISTEMOLÓGICO DE LAS (CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS) //.-

*[Handwritten signature and initials in blue ink]*



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//50.-

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

PRESUPUESTOS FILOSÓFICOS, CAMPO DE INVESTIGACIÓN, OBJETO DE ESTUDIO, ENFOQUES TEÓRICOS Y ABORDAJES METODOLÓGICOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

IMPLICANCIAS SOCIALES, CULTURALES, ÉTICAS Y POLÍTICAS DE LA PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTOS EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

**SEMINARIO DE EXTENSIÓN**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS CONOZCAN Y REALICEN TAREAS DE EXTENSIÓN BAJO SUPERVISIÓN DOCENTE, EN ÁMBITOS COMUNITARIOS, ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES O DE LA SOCIEDAD CIVIL Y/O INSTITUCIONES PÚBLICAS PROVINCIALES

**CONTENIDOS:**

LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA: TRADICIONES TEÓRICAS SOBRE LA EXTENSIÓN. DISTINTOS MODELOS DE INTERVENCIÓN. LA UNIVERSIDAD COMO MOTOR DE PROMOCIÓN DE LA EXTENSIÓN. LA VINCULACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CON SU ENTORNO SOCIAL. PRÁCTICAS DE EXTENSIÓN EN EL MARCO DE PROYECTOS VIGENTES EN LA UNSJ.

**SEMINARIO DE TRABAJO FINAL**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS RECUPEREN LAS LÍNEAS EPISTEMOLÓGICAS Y METODOLÓGICAS VISTAS A LO LARGO DE LA CARRERA Y LAS APLIQUEN EN LA FORMULACIÓN DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN O DE UN PROYECTO DE INTERVENCIÓN, CUYO INFORME FINAL O TESIS CONSTITUYA LA INSTANCIA FINAL DE EVALUACIÓN DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL.

**CONTENIDOS:**

HERRAMIENTAS CONCEPTUALES Y FORMALES PARA LA ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE TESIS O DE UN PROYECTO DE INTERVENCIÓN EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN. ASESORAMIENTO Y DISCUSIÓN DE TEMAS Y ANTE-PROYECTOS. APOYO TEMÁTICO, CONCEPTUAL, TEÓRICO Y METODOLÓGICO PARA LA ELABORACIÓN Y CONCRECIÓN DE UN PLAN DE TRABAJO.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//51.-

**ASIGNATURAS DEL CICLO SUPERIOR ORIENTADO EN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA**

**TEORÍAS DEL PERIODISMO**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS IDENTIFIQUEN Y PROBLEMATICEN SOBRE ASPECTOS Y CONCEPTOS CONSTITUTIVOS DEL CAMPO DEL PERIODISMO DESDE APORTES TEÓRICOS DIVERSOS.

**CONTENIDOS:**

MODELOS TEÓRICOS SOBRE EL TRABAJO Y LA PROFESIONALIDAD PERIODÍSTICA. PROBLEMATIZACIÓN Y DISCUSIONES TEÓRICAS ACERCA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN, CIRCULACIÓN Y CONSUMO DE LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA. APROXIMACIÓN A LOS DEBATES EN TORNO DE LA CONSTRUCCIÓN DE LA REALIDAD SOCIAL PÚBLICA. NOTICIA, ACONTECIMIENTO, TEMATIZACIÓN, AGENDAS.

**PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA PERIODÍSTICA**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS CONCRETEN UNA PRÁCTICA REFLEXIVA Y TEÓRICAMENTE FUNDADA EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA PARA MEDIOS RADIOFÓNICOS Y QUE SEAN CAPACES DE FORMULAR Y EVALUAR PROYECTOS EN ESTE SENTIDO.

**CONTENIDOS:**

LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA PARA MEDIOS RADIOFÓNICOS: ETAPAS. LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOTICIA RADIOFÓNICA. NOTICIABILIDAD. RUTINAS LABORALES. FUENTES Y RECURSOS PARA LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA RADIAL. GÉNEROS Y SUBGÉNEROS DEL PERIODISMO RADIOFÓNICO. FORMATOS DE PROGRAMAS PERIODÍSTICOS. HIBRIDACIÓN. CONSUMO Y RECEPCIÓN. PRÁCTICAS DE ANÁLISIS, PRODUCCIÓN, REALIZACIÓN Y EDICIÓN DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS PARA RADIO. ELABORACIÓN DE PROYECTOS Y EJECUCIÓN DE PROGRAMAS PERIODÍSTICOS RADIOFÓNICOS. FORMULACIÓN DE PROYECTOS DE EMISORAS RADIALES CON Y SIN FINES DE LUCRO.

**PRODUCCIÓN GRÁFICA PERIODÍSTICA**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS CONCRETEN UNA PRÁCTICA REFLEXIVA Y TEÓRICAMENTE FUNDADA EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA PARA MEDIOS IMPRESOS.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//52.-

**CONTENIDOS:**

LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA PARA MEDIOS IMPRESOS: FASES Y CARACTERÍSTICAS. LA NOTICIA. FUENTES. GÉNEROS DEL PERIODISMO GRÁFICO INFORMATIVO, INTERPRETATIVO Y DE OPINIÓN EN DIARIOS, PERIÓDICOS Y REVISTAS. LA EDICIÓN PERIODÍSTICA. GESTIÓN EN PERIODISMO: ORGANIZACIÓN DE LA REDACCIÓN. PRÁCTICAS DE ANÁLISIS, REDACCIÓN Y TITULACIÓN DE TEXTOS PERIODÍSTICOS PARA MEDIOS IMPRESOS. FORMULACIÓN Y EJECUCIÓN DE UN PROYECTO GRÁFICO PERIODÍSTICO.

**PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PERIODÍSTICA**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS CONCRETEN UNA PRÁCTICA REFLEXIVA Y TEÓRICAMENTE FUNDADA EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA PARA MEDIOS AUDIOVISUALES.

**CONTENIDOS:**

CANALES, PROGRAMAS Y ESPACIOS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN. HIBRIDACIÓN. LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA PARA MEDIOS AUDIOVISUALES: FASES Y CARACTERÍSTICAS. LA NOTICIA EN TELEVISIÓN. CRITERIOS DE NOTICIABILIDAD. FUENTES. TELEVISIÓN Y POLÍTICA. LA VIOLENCIA EN TV. ESTEREOTIPOS. LA FICCIONALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN TELEVISIVA.

EL NOTICIERO TELEVISIVO: RITMO Y COMPOSICIÓN DE UN MENSAJE GLOBAL. EL GUIÓN DE UN NOTICIERO.

EL GUIÓN COMO ESTRUCTURA DEL RELATO AUDIOVISUAL Y PAUTA PRODUCTIVA. DIMENSIONES SIGNIFICANTES Y ESTÉTICAS. MODALIDADES. PROCEDIMIENTOS DE ELABORACIÓN: BASES DOCUMENTALES E INFORMATIVAS; LA ELABORACIÓN DE LA IDEA O ARGUMENTO; SU PUESTA EN IMÁGENES, ETC.).

TÉCNICAS DE CONDUCCIÓN EN TV.

TEORÍA Y PRÁCTICA DE ANÁLISIS, PRODUCCIÓN, REALIZACIÓN Y POSTPRODUCCIÓN DE GÉNEROS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN: FLASH, ENTREVISTA, CRÓNICA, INFORMES E INFORMES ESPECIALES. DEPARTAMENTOS INFORMATIVOS. EL SERVICIO INFORMATIVO EN LA PROGRAMACIÓN DEL MEDIO. LÍNEA EDITORIAL Y CONSTRUCCIÓN DE AGENDA. LENGUAJE, FORMATOS, RUTINAS DE PRODUCCIÓN. LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN LA PRODUCCIÓN DE LA INFORMACIÓN: CORRESPONSALES, ARTICULACIÓN CON ORGANIZACIONES Y MOVIMIENTOS SOCIALES, INTERACCIÓN DE MEDIOS PÚBLICOS Y SIN FINES DE LUCRO, ETC. DEPARTAMENTOS CREATIVOS Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS NO INFORMATIVOS. LA PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN AUDIOVISUAL COMO PROCESO CREATIVO. ADECUACIÓN DE GÉNEROS, FORMATOS Y TEMÁTICAS CON DIFERENTES

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-





Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//53.-

SEGMENTOS DE LA AUDIENCIA LA PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO Y FICCIÓN.

**COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO REFLEXIONE SOBRE LA RELACIÓN ENTRE LOS DERECHOS HUMANOS Y LA COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS CON ENFOQUE BASADO EN DERECHOS.

**CONTENIDOS:**

LOS DERECHOS HUMANOS COMO PRODUCTOS CULTURALES. LOS DDHH EN SUS CONTEXTOS HISTÓRICOS Y EPISTEMOLÓGICOS. DERECHOS HUMANOS DE PRIMERA, SEGUNDA, TERCERA Y CUARTA GENERACIÓN.

PRINCIPALES INSTRUMENTOS INTERNACIONALES QUE FIJAN LOS PRINCIPIOS Y ESTÁNDARES DE DERECHOS HUMANOS. EL ENFOQUE DE DERECHOS HUMANOS COMO MARCO CONCEPTUAL. DERECHOS HUMANOS, COMUNICACIÓN E IGUALDAD EN LA SOCIEDAD DE LA COMUNICACIÓN.

**PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (PERIODÍSTICA)**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS CONCRETEN UNA PRÁCTICA REFLEXIVA Y TEÓRICAMENTE FUNDADA EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA PARA MEDIOS DIGITALES INTERACTIVOS.

**CONTENIDOS:**

NARRATIVAS PERIODÍSTICAS EN LA WEB. INTERACTIVIDAD, HIPERTEXTUALIDAD Y MULTIMEDIALIDAD EN LOS CONTENIDOS PERIODÍSTICOS PARA MEDIOS EN ENTORNOS DIGITALES. PRODUCCIÓN Y REDACCIÓN DE NOTICIAS PARA MEDIOS DIGITALES. NUEVOS GÉNEROS EN EL PERIODISMO DIGITAL. LA NOTICIA EN LAS REDES SOCIALES Y LOS DISPOSITIVOS MÓVILES. ENTORNOS COLABORATIVOS. EMPRENDIMIENTOS PERIODÍSTICOS EN INTERNET. PERIODISMO CIUDADANO. NUEVOS MEDIOS EN LA RED.

**COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS COMPRENDAN DIFERENTES POSICIONAMIENTOS TEÓRICO FILOSÓFICOS FRENTE A LA CIENCIA, LA TECNOLOGÍA Y LA COMUNICACIÓN PÚBLICA DE AMBAS Y DESARROLLEN HABILIDADES CRÍTICAS PARA ANALIZAR Y PRODUCIR OBRAS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//54.-

**CONTENIDOS:**

INTRODUCCIÓN A LA HISTORIA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA MODERNAS. LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA HOY EN NUESTRO PAÍS. DIVERSAS PERSPECTIVAS EN COEXISTENCIA SOBRE LA COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA. ANÁLISIS DE FORMATOS Y LENGUAJES POSIBLES PARA LA PRODUCCIÓN CPCYT.

**FINANZAS PÚBLICAS**

**OBJETIVO:**

QUE EL ALUMNO COMPRENDA LA ACTIVIDAD FINANCIERA DEL ESTADO Y EL ROL DE LOS MEDIOS EN EL PROCESO DE FISCALIZACIÓN Y CONTROL EN EL LOGRO DE LA TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN.

**CONTENIDOS:**

FINANZAS PÚBLICAS: CONCEPTO; ENFOQUES; EVOLUCIÓN; OBJETIVOS E INSTRUMENTOS DE LA POLÍTICA FISCAL Y DE OTRAS POLÍTICAS PÚBLICAS. EL SECTOR PÚBLICO: MARCO INSTITUCIONAL. EL PRESUPUESTO PÚBLICO: GASTOS Y RECURSOS. LOS GASTOS PÚBLICOS: TIPOS, NIVEL Y COMPOSICIÓN. PLANEAMIENTO Y CONTROL DEL GASTO. EFECTOS ECONÓMICOS. LOS RECURSOS PÚBLICOS. SISTEMA TRIBUTARIO: DESCRIPCIÓN, CLASES Y EFECTOS ECONÓMICOS DE LOS TRIBUTOS. USO DEL CRÉDITO: DEUDA PÚBLICA INTERNA Y EXTERNA. LA TARIFACIÓN: TIPOS, VENTAJAS Y LIMITACIONES.

**ARGENTINA: HISTORIA Y SOCIEDAD**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO COMPRENDA LOS PROCESOS QUE CARACTERIZAN LAS ETAPAS DE LA HISTORIA ARGENTINA A PARTIR DE LA CONSOLIDACIÓN DEL ESTADO NACIONAL HASTA LA ACTUALIDAD.

**CONTENIDOS:**

LA ARGENTINA EN DISTINTOS PERIODOS HISTÓRICO-SOCIALES DESDE LA CONSOLIDACIÓN DEL ESTADO NACIONAL HASTA LA ACTUALIDAD. ESTUDIO Y APLICACIÓN DE CATEGORÍAS DE ANÁLISIS.

**EL PERIODISMO EN LA HISTORIA DE SAN JUAN**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS SEAN CAPACES DE CARACTERIZAR COMPONENTES ESTRUCTURALES Y DE CONTENIDO, A LO LARGO DE LA HISTORIA, EN PERIÓDICOS DE LA PROVINCIA DE SAN JUAN.

**CONTENIDOS:**

SURGIMIENTO DEL PERIODISMO EN SAN JUAN. EL DEBATE PERIODÍSTICO POR LA (CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS) //.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//55.-

REFORMA ECLESIASTICA. EL ROL DEL PERIODISMO DURANTE LA GUERRA CIVIL ENTRE UNITARIOS Y FEDERALES. EL PERIÓDICO Y EL REGISTRO O BOLETÍN OFICIAL. DIARIO "EL ZONDA": PRIMERA Y SEGUNDA ÉPOCAS. PERIODISMO DE FINALES DEL SIGLO XIX: "LA VOZ DE CUYO" Y "LA UNIÓN". EL ADVENIMIENTO DEL TELÉGRAFO Y SUS IMPLICANCIAS EN EL PERIODISMO. PERIÓDICOS DE TRANSICIÓN ENTRE EL SIGLO XIX Y EL XX: "LA PROVINCIA" Y "EL PORVENIR". PERIÓDICOS DE PRINCIPIOS DEL SIGLO XX: "SAN JUAN" Y "DEBATES". EL PERIODISMO PRETENDIDAMENTE "INDEPENDIENTE": "DIARIO NUEVO". UNA EXPERIENCIA DE PRENSA POPULISTA EN LA PRIMERA MITAD DEL SIGLO XX: "LA REFORMA". LA CONSTRUCCIÓN DE LAS NOTICIAS SOBRE CRÍMENES POLÍTICOS EN LA HISTORIA DE SAN JUAN. PERIÓDICOS CON DÉCADAS DE DURACIÓN, A MEDIADOS Y FINES DEL SIGLO XX: "TRIBUNA", "LA ACCIÓN", "DIARIO DE CUYO". CARACTERIZACIÓN E INTERPRETACIÓN DEL ROL DE LOS SEMANARIOS TRAS LA RECUPERACIÓN DEMOCRÁTICA DE 1983. EL ROL DEL PERIODISMO SANJUANINO EN LOS CASOS DE JUICIO POLÍTICO. LA PUBLICIDAD COMO PARATEXTO DEL PERIODISMO. EL FOTOPERIODISMO EN SAN JUAN Y SU EVOLUCIÓN.

**ASIGNATURAS DEL CICLO SUPERIOR ORIENTADO EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

**COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO CONOZCA LAS TEORÍAS Y MODALIDADES DE LA COMUNICACIÓN EN ORGANIZACIONES Y/O INSTITUCIONES PÚBLICAS, PRIVADAS Y DEL TERCER SECTOR.

**CONTENIDOS:**

COMUNICACIÓN EN INSTITUCIONES Y ORGANIZACIONES: DIVERSAS TEORÍAS. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: CONCEPTO, COMPONENTES, TIPOS Y CARACTERÍSTICAS. POLÍTICAS, ESTRATEGIAS Y OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL. HERRAMIENTAS PARA LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: RELACIONES PÚBLICAS, COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA, PUBLICIDAD Y PROPAGANDA. COMUNICACIÓN INTERNA: DINÁMICA Y FLUJO. FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN INTERNA. REDES DE COMUNICACIÓN. COMUNICACIÓN EXTERNA: CULTURA, IMAGEN, IDENTIDAD. POSICIONAMIENTO. PRESENCIA SOCIAL. PÚBLICOS. LA INSTITUCIÓN Y LA OPINIÓN PÚBLICA. CANALES DE COMUNICACIÓN. FORMAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA. LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN. AUDITORÍAS DE COMUNICACIÓN.

*ff* (CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//56.-

**PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA INSTITUCIONAL**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS CONCRETEN UNA PRÁCTICA REFLEXIVA Y TEÓRICAMENTE FUNDADA EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA PARA Y DESDE INSTITUCIONES Y PUEDAN FORMULAR Y EVALUAR PROYECTOS RADIOFÓNICOS INSTITUCIONALES.

**CONTENIDOS:**

EL DISCURSO RADIOFÓNICO PERSUASIVO. PRODUCCIÓN, REALIZACIÓN, EDICIÓN Y POST PRODUCCIÓN DE PIEZAS SONORAS PARA INSTITUCIONES, ORGANIZACIONES, EMPRESAS Y PRODUCTOS. GÉNEROS Y SUBGÉNEROS RADIOFÓNICOS PROMOCIONALES. HIBRIDACIÓN. MENSAJES PUBLICITARIOS RADIOFÓNICOS. PUBLICIDAD COMERCIAL Y PUBLICIDAD SOCIAL. COMUNICACIÓN POLÍTICA EN RADIO. GESTIÓN CULTURAL EN RADIO. FORMATOS DE PROGRAMAS CON FINES PROMOCIONALES. CAMPAÑAS. RECEPCIÓN. PRÁCTICAS DE ANÁLISIS, PRODUCCIÓN, REALIZACIÓN Y EDICIÓN DE CONTENIDOS RADIOFÓNICOS CON FINES PROMOCIONALES. FORMULACIÓN DE UN PROYECTO RADIOFÓNICO CON FINES INSTITUCIONALES U ORGANIZACIONALES.

**PRODUCCIÓN GRÁFICA INSTITUCIONAL**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS CONCRETEN UNA PRÁCTICA REFLEXIVA Y TEÓRICAMENTE FUNDADA EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN DE SOPORTES Y MEDIOS IMPRESOS CON FINES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.

**CONTENIDOS:**

IMAGEN INSTITUCIONAL E IDENTIDAD VISUAL. EL SISTEMA VISUAL. DIMENSIONES SEMÁNTICA, SINTÁCTICA Y FUNCIONAL. CONSTRUCCIÓN Y DISEÑO DE LA MARCA INSTITUCIONAL. ISOTIPO. LOGOTIPO. MANUAL DE MARCA. TIPOGRAFÍAS. COLORES. IDENTIDAD VISUAL PARA MEDIOS GRÁFICOS. RELACIÓN ENTRE EL TEXTO Y LA IMAGEN. FUNCIONES DEL TEXTO SOBRE LA IMAGEN. EL SLOGAN. SLOGANS APLICADOS A INSTITUCIONES Y PRODUCTOS. EL COPY EN GRÁFICA. EL TEXTO COMO COMPLEMENTO Y PROFUNDIZACIÓN DE LA IDEA. LA REDACCIÓN EN SUS DIFERENTES SOPORTES: DIARIOS, REVISTAS, HOUSE ORGAN, SUPLEMENTOS, CUADERNILLOS, FOLLETERÍA, LIBROS, AFICHES. DISEÑO DE PORT FOLIO. TIPOLOGÍAS. DÍPTICOS. TRÍPTICOS. FORMULACIÓN Y EJECUCIÓN DE UN PROYECTO GRÁFICO INSTITUCIONAL.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//57.-

**PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL INSTITUCIONAL**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS CONCRETEN UNA PRÁCTICA REFLEXIVA Y TEÓRICAMENTE FUNDADA EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN Y PARA INSTITUCIONES.

**CONTENIDOS:**

EL AUDIOVISUAL EN LA ACCIÓN COMUNICATIVA DE LAS ORGANIZACIONES. LA PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN AUDIOVISUAL PARA FINALIDADES INSTITUCIONALES, ORGANIZACIONALES Y/O EMPRESARIALES. FASES Y CARACTERÍSTICAS. EL LENGUAJE AUDIOVISUAL. GÉNEROS, FORMATOS Y OTRAS VARIABLES DE DISCURSO AUDIOVISUAL REFERIDO A INSTITUCIONES, EMPRESAS, COMERCIOS, INDUSTRIAS, PRODUCTOS, GRUPOS Y ORGANIZACIONES POLÍTICAS O SOCIALES.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. EL GUIÓN, LA REALIZACIÓN Y LA POSTPRODUCCIÓN. LOS MEDIOS TELEVISIVOS Y OTROS MODOS DE DISTRIBUCIÓN DEL MENSAJE.

PRÁCTICAS DE ANÁLISIS, PRODUCCIÓN, REALIZACIÓN Y EDICIÓN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES INSTITUCIONALES, ORGANIZACIONALES, EMPRESARIALES Y COMERCIALES.

**DISEÑO DE CAMPAÑAS**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO APRENDA A DISEÑAR CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN DE ACUERDO A LAS NECESIDADES DE CADA ORGANIZACIÓN.

**CONTENIDOS:**

DISEÑO Y EVALUACIÓN DE CAMPAÑAS: PERSPECTIVAS TEÓRICAS, OBJETIVOS, MÉTODOS. CAMPAÑAS CON FINES COMERCIALES. DISEÑO Y PROCESO DE CREACIÓN DE LA CAMPAÑA DE UN PRODUCTO. LA MARCA. LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL, PLAN, PROGRAMA, ACCIONES. CAMPAÑAS DE BIEN PÚBLICO. METODOLOGÍA. ETAPAS. EL BRIEF DE LA ORGANIZACIÓN DE LA SOCIEDAD CIVIL. ESTRATEGIAS DE IMPLEMENTACIÓN DE LA CAMPAÑA. MARKETING DIRECTO PARA CAMPAÑAS DE BIEN PÚBLICO. BOCETOS DE PIEZAS GRÁFICAS, RADIALES Y AUDIOVISUALES. PRESENTACIÓN DE LA CAMPAÑA. EVALUACIÓN DE RESULTADOS.

**PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (INSTITUCIONAL)**

**OBJETIVO:**

QUE LOS ALUMNOS CONCRETEN UNA PRÁCTICA REFLEXIVA Y TEÓRICAMENTE FUNDADA EN LA PRODUCCIÓN DE ESPACIOS Y CONTENIDOS PARA MEDIOS DIGITALES

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//58.-

INTERACTIVOS, DESDE Y PARA INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS Y ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL.

**CONTENIDOS:**

GESTIÓN DE CONTENIDOS Y USABILIDAD EN MEDIOS INTERACTIVOS. PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL. NARRATIVAS PARA APLICACIONES MULTIMEDIÁTICAS EN DIVERSAS PLATAFORMAS Y DISPOSITIVOS. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN. REDES SOCIALES Y CAPITAL SOCIAL. CARACTERÍSTICAS DE LAS REDES. COMUNIDADES VIRTUALES. EL ROL DEL RESPONSABLE DE LA COMUNIDAD DIGITAL. TIPOS DE COMUNIDADES: FOROS DE DISCUSIÓN, GRUPOS DE CORREO ELECTRÓNICO, GRUPOS DE NOTICIAS, VIDEO CONFERENCIAS, CHAT, BLOGS. ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES TRADICIONALES, 2.0 Y 3.0. ESTRATEGIAS PARA SOCIAL MEDIA. CAMPAÑAS DIGITALES PARA LA IMAGEN INSTITUCIONAL.

**PLANEAMIENTO DE MEDIOS**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO ADQUIERA CONOCIMIENTO Y COMPRENSIÓN DEL CONTEXTO, MEDIOS Y SOPORTES PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE MEDIOS.

**CONTENIDOS:**

INTRODUCCIÓN A LA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS. CONCEPTO Y FUNDAMENTOS TEÓRICOS.

PLANIFICACIÓN Y MARKETING. SISTEMAS Y SOPORTES. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTEGRADA. INVESTIGACIÓN DE MERCADO. PÚBLICO OBJETIVO. CONCEPTO Y OBJETIVOS DEL CONTROL PUBLICITARIO. BRIEF DE MEDIOS. FORMATOS. PLAN Y PAUTA DE MEDIOS. SISTEMÁTICA GENERAL. SISTEMÁTICA CUALI-CUANTITATIVA. RECOMENDACIONES. SEGUIMIENTOS. ESTRATEGIA DE MEDIOS EN LA COMUNICACIÓN POLÍTICA. EL PLANEAMIENTO DE MEDIOS EN INSTITUCIONES PÚBLICAS Y DEL TERCER SECTOR. EL PLANEAMIENTO EN LAS CAMPAÑAS DE BIEN PÚBLICO.

**COMUNICACIÓN PUBLICITARIA**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO CONOZCA EL FUNCIONAMIENTO, LAS TÉCNICAS Y OBJETIVOS DE LA PUBLICIDAD COMERCIAL PARA LA ELABORACIÓN DE PIEZAS DE COMUNICACIÓN PUBLICITARIA.

**CONTENIDOS:**

INTRODUCCIÓN AL CAMPO PUBLICITARIO. HISTORIA DE LA PUBLICIDAD Y SUS MEDIOS. LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA. LA AGENCIA DE PUBLICIDAD: ÁREAS, FUNCIONES Y FLUJO

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS) //.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//59.-

DE TRABAJO. EL POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO. CICLO DE VIDA. ETAPAS. BRIEF DE MARKETING Y BRIEF PUBLICITARIO. CONCEPTO DE CAMPAÑA. LA IDEA. ESTRUCTURA DE LA ESTRATEGIA CREATIVA: OPORTUNIDAD, OBJETIVO, TARGET, POSICIONAMIENTO. LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN LAS AGENCIAS DE PUBLICIDAD. REALIZACIÓN DE PIEZAS PUBLICITARIAS.

**OPINIÓN PÚBLICA E INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS INCORPOREN TÉCNICAS CUANTITATIVAS Y CUALITATIVAS PARA EFECTUAR DISEÑOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y DE LA OPINIÓN PÚBLICA.

**CONTENIDOS:**

LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA. DESARROLLOS TEÓRICOS Y CONCEPTUALES DE LA OPINIÓN PÚBLICA. ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DE LA OPINIÓN PÚBLICA: ACTITUDES, VALORES, Y REPRESENTACIONES SOCIALES. ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN EN OPINIÓN PÚBLICA. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN. ETAPAS TEÓRICA, METODOLÓGICA Y TÉCNICA. EL TEMA. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN. LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: LAS TÉCNICAS. SOFTWARE PARA LA ASISTENCIA DE ANÁLISIS DE DATOS. LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA. ENCUESTAS. DISEÑO DEL CUESTIONARIO. TRABAJO DE CAMPO. MUESTREO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.

**MARKETING**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO ANALICE E INTEGRE CONCEPTOS Y TÉCNICAS DEL MARKETING PARA PLANIFICAR ESTRATEGIAS COMUNICACIONALES EN CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD E INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

**CONTENIDOS:**

MERCADO: CONCEPTUALIZACIÓN. SEGMENTACIÓN. COMPETENCIA. EL PRODUCTO. EL PRECIO. COSTOS. METODOLOGÍAS Y TÉCNICAS DE PLANIFICACIÓN EN LAS INSTITUCIONES DEL SISTEMA PRODUCTIVO. ANÁLISIS FODA. MATRIZ FODA. PROCESOS DE COMUNICACIÓN EN EL MARKETING. MARKETING SOCIAL. MARKETING INSTITUCIONAL. MARKETING GUBERNAMENTAL. COMUNICACIÓN POLÍTICA. PUBLICIDAD Y PROPAGANDA. MENSAJE, DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN. DIAGNÓSTICO COMUNICACIONAL.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//60.-

**ASIGNATURAS DEL CICLO SUPERIOR ORIENTADO EN COMUNICACIÓN EDUCATIVA**

**COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO COMPRENDA LAS PRINCIPALES NOCIONES BÁSICAS PARA EL ABORDAJE CONCEPTUAL Y PRÁCTICO DEL CAMPO RELACIONAL COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN.

**CONTENIDOS:**

COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN. ETAPAS EN LA FORMACIÓN DEL CAMPO. COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN EN AMÉRICA LATINA: MOMENTOS Y PERSPECTIVAS. LOS DEBATES ACTUALES DEL CAMPO COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN. EDUCACIÓN EN COMUNICACIÓN: LECTURA CRÍTICA Y EDUCACIÓN PARA LA RECEPCIÓN; LOS MEDIOS EN LA ESCUELA, MODELOS; COMUNICACIÓN CIUDADANA, NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN POPULAR.

**PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA EDUCATIVA**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS CONCRETEN UNA PRÁCTICA REFLEXIVA Y TEÓRICAMENTE FUNDADA EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA EDUCATIVA Y PUEDAN FORMULAR Y EVALUAR PROYECTOS EDUCATIVOS RADIOFÓNICOS.

**CONTENIDOS:**

LA RADIO EN LOS PROCESOS EDUCATIVOS: FUNCIÓN Y CARACTERÍSTICAS. PROGRAMACIÓN EDUCATIVA EN RADIOS COMERCIALES, PÚBLICAS O COMUNITARIAS. GÉNEROS Y FORMATOS. RADIOEDUCACIÓN. RADIOS ESCOLARES: PROGRAMACIÓN. AUDIENCIAS. LA RADIO EN EL PROYECTO EDUCATIVO INSTITUCIONAL. RADIO, PLANIFICACIÓN Y CURRÍCULA. LOS DERECHOS DE NIÑOS Y NIÑAS EN LAS RADIOS ESCOLARES Y/O EDUCATIVAS. CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN. DISEÑO, PRODUCCIÓN, REALIZACIÓN Y EVALUACIÓN DE PRODUCCIONES RADIOFÓNICAS EDUCATIVAS. FORMULACIÓN DE UN PROYECTO RADIOFÓNICO EDUCATIVO.

**PRODUCCIÓN GRÁFICA EDUCATIVA**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS CONCRETEN UNA PRÁCTICA REFLEXIVA Y TEÓRICAMENTE FUNDADA EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN DE MEDIOS IMPRESOS CON FINES EDUCATIVOS EN DISTINTOS CONTEXTOS, O EN EL ÁMBITO DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN FORMAL.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-





Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//61.-

**CONTENIDOS:**

LA PUBLICACIÓN COMO SISTEMA Y COMO UNIDAD. EL ESTILO GRÁFICO COMO PUNTO DE UNIÓN VISUAL. CONSTANTES Y VARIABLES VISUALES. EL VALOR SEMÁNTICO DEL COLOR Y LA TIPOGRAFÍA. PÚBLICO OBJETIVO. ARTICULACIÓN ENTRE ELEMENTOS TEXTUALES E IMÁGENES. FUNCIONES DE LA IMAGEN SUBSIDIARIAS DE LA FUNCIÓN DIDÁCTICA: ILUSTRATIVA, EXPLICATIVA, DECORATIVA, DOCUMENTAL, EMOTIVA. GÉNEROS DISCURSIVOS APLICADOS A LA EDUCACIÓN: LITERARIO, PERIODÍSTICO, CIENTÍFICO, HUMORÍSTICO, PUBLICITARIO/PROPAGANDÍSTICO, INSTRUCCIONAL, ETC. DIAGRAMACIÓN, SILUETA, FOCOS DE ATENCIÓN, RECORRIDO DE LECTURA.

MEDIOS GRÁFICOS EN EDUCACIÓN NO FORMAL: SUPLEMENTOS, REVISTAS, CARTELES, AFICHES, FOLLETOS, PÓSTERS Y OTROS FORMATOS IMPRESOS CON FINES EDUCATIVOS. DISEÑO, EDICIÓN Y GESTIÓN.

SE PREVÉ LA PRODUCCIÓN DE MATERIALES DESTINADOS A LA PROMOCIÓN Y EXTENSIÓN DE LA CULTURA EN GENERAL, DE LA IDENTIDAD NACIONAL, DEL USO DEL TIEMPO LIBRE, DEL RESPETO A LA VIDA, A LA DIVERSIDAD Y LA CONVIVENCIA, ETC., EN ORGANIZACIONES, SINDICATOS, EMPRESAS, ENTIDADES DE BIEN PÚBLICO, INSTITUCIONES EDUCATIVAS, ONGS, PARA CAMPAÑAS ALIMENTARIAS, SANITARIAS Y DE ACCIÓN SOCIO-COMUNITARIA.

**PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EDUCATIVA**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS CONCRETEN UNA PRÁCTICA REFLEXIVA Y TEÓRICAMENTE FUNDADA EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA FINES EDUCATIVOS.

**CONTENIDOS:**

EL AUDIOVISUAL COMO RECURSO EDUCATIVO Y PEDAGÓGICO. LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA AUDIOVISUAL COMO ESPACIO EDUCATIVO. LENGUAJE, IDENTIDAD Y PROCESOS DE RECONOCIMIENTO DE SÍ Y DEL OTRO COMO DIMENSIONES INESCINDIBLES DE LA PLURALIDAD COMUNICATIVA. LO EDUCATIVO EN SENTIDO COMUNICACIONAL Y LA EDUCACIÓN SOCIAL. LA DIMENSIÓN EDUCATIVA DE LA CULTURA MEDIÁTICA. LOS MEDIOS COMO POLOS DE IDENTIFICACIÓN Y LAS IDENTIDADES. LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA ENTRE LA PEDAGOGÍA DE LA REPRODUCCIÓN Y LA RESISTENCIA. LOS ITINERARIOS DEL RECONOCIMIENTO. RECONOCIMIENTO DE LOS OTROS Y SUS MUNDOS CULTURALES. EL RECONOCIMIENTO DE SÍ, LA VOZ Y LA NARRACIÓN DE LA PROPIA HISTORIA. EL RECONOCIMIENTO MUTUO, LA RECIPROCIDAD Y EL SENTIDO DE PERTENENCIA. EL LENGUAJE EN LA FORMACIÓN SUBJETIVA Y LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA. LA CREACIÓN DE ESPACIOS DE POSIBILIDAD. COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN POPULAR. CIUDADANÍA Y EDUCACIÓN EN TIEMPOS DE RESTITUCIÓN DEL ESTADO Y DE LO PÚBLICO. LA

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS) //.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//62.-

PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN AUDIOVISUAL PARA FINALIDADES DE APRENDIZAJE. FASES Y CARACTERÍSTICAS. EL LENGUAJE AUDIOVISUAL. GÉNEROS, FORMATOS Y OTRAS VARIABLES DE DISCURSO AUDIOVISUAL CON FINALIDADES EDUCATIVAS. EL GUIÓN, LA REALIZACIÓN Y LA POSTPRODUCCIÓN. LOS MEDIOS TELEVISIVOS Y OTROS MODOS DE DISTRIBUCIÓN DEL MENSAJE.

PRÁCTICAS DE ANÁLISIS, PRODUCCIÓN, REALIZACIÓN Y EDICIÓN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES EDUCATIVOS.

**COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO REFLEXIONE SOBRE LA RELACIÓN ENTRE LOS DERECHOS HUMANOS Y LA COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS CON ENFOQUE BASADO EN DERECHOS.

**CONTENIDOS:**

LOS DERECHOS HUMANOS COMO PRODUCTOS CULTURALES. LOS DDHH EN SUS CONTEXTOS HISTÓRICOS Y EPISTEMOLÓGICOS. DERECHOS HUMANOS DE PRIMERA, SEGUNDA, TERCERA Y CUARTA GENERACIÓN.

PRINCIPALES INSTRUMENTOS INTERNACIONALES QUE FIJAN LOS PRINCIPIOS Y ESTÁNDARES DE DERECHOS HUMANOS. EL ENFOQUE DE DERECHOS HUMANOS COMO MARCO CONCEPTUAL. DERECHOS HUMANOS, COMUNICACIÓN E IGUALDAD EN LA SOCIEDAD DE LA COMUNICACIÓN.

**PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (EDUCATIVA)**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS CONCRETEN UNA PRÁCTICA REFLEXIVA Y TEÓRICAMENTE FUNDADA EN LA PRODUCCIÓN DE ESPACIOS Y CONTENIDOS EDUCATIVOS PARA MEDIOS DIGITALES INTERACTIVOS.

**CONTENIDOS:**

GESTIÓN DE CONTENIDOS Y USABILIDAD EN MEDIOS INTERACTIVOS. PLANIFICACIÓN, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL. APLICACIONES MULTIMEDIÁTICAS EN DIVERSAS PLATAFORMAS Y DISPOSITIVOS. DIDÁCTICA Y MULTIMEDIA. NARRATIVAS HIPERTEXTUALES PARA ESPACIOS EDUCATIVOS EN LA WEB. GUIONES EDUCATIVOS PARA SOPORTES MULTIMEDIALES. LAS HERRAMIENTAS DE LA WEB 2.0 Y SUS APLICACIONES EN EL ÁMBITO EDUCATIVO. DISEÑO, CREACIÓN, GESTIÓN Y MANTENIMIENTO DE REDES SOCIALES CON FINES EDUCATIVOS.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//63.-

**POLÍTICAS Y LEGISLACIÓN EN EDUCACIÓN EN ARGENTINA Y LATINOAMÉRICA**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS CONOZCAN LAS POLÍTICAS EN EDUCACIÓN EN ARGENTINA Y LATINOAMÉRICA A PARTIR DE LAS LEGISLACIONES QUE SE ADOPTAN EN LA REGIÓN.

**CONTENIDOS:**

PROCESOS EDUCATIVOS ARGENTINOS Y LATINOAMERICANOS EN EL SIGLO XX Y XXI. CONDICIONES SOCIO-HISTÓRICAS DE CADA PERÍODO. MODELO DESARROLLISTA: ORGANISMOS INTERNACIONALES, TECNOCRACIA, REDUCCIONISMO ECONOMICISTA, NEO-CONDUCTISMO, PROYECTOS EDUCATIVOS REPRESIVOS. MODELO NEOLIBERAL: CALIDAD, EQUIDAD, COMPETENCIAS Y GESTIÓN. LA REFORMA EDUCATIVA DE LOS 90, ANTECEDENTES Y PROTAGONISTAS. LA IRRUPCIÓN DEL TERCER SECTOR Y LA GESTIÓN SOCIAL. LEY DE EDUCACIÓN NACIONAL Y LEY NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR. LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN AMÉRICA LATINA.

**PSICOLOGÍA DEL APRENDIZAJE**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO REFLEXIONE SOBRE LA TRIADA PEDAGÓGICA EN EL MARCO DE LA SUBJETIVIDAD Y ANALICE DIFERENTES PARADIGMAS PSICOLÓGICOS EN RELACIÓN A SUS IMPLICANCIAS EDUCATIVAS.

**CONTENIDOS:**

PSICOLOGÍA DEL APRENDIZAJE. CONCEPTUALIZACIONES ACERCA DEL APRENDIZAJE. SUJETO DEL APRENDIZAJE. LA CULTURA COMO CONSTRUCCIÓN HUMANA. CULTURA MODERNA Y POSMODERNA, LA NUEVA CULTURA DEL APRENDIZAJE. PARADIGMAS DEL APRENDIZAJE, ¿QUÉ ES UN PARADIGMA? PARADIGMA CONDUCTISTA. PARADIGMA CONSTRUCTIVISTA. PARADIGMA CRÍTICO REFLEXIVO.

**TEORÍAS PEDAGÓGICAS**

PEDAGOGÍA Y EDUCACIÓN. CORRIENTES ACTUALES DEL PENSAMIENTO Y SU IMPACTO EN LA EDUCACIÓN. REVOLUCIÓN CULTURAL. TEORÍA SOCIAL Y EDUCACIÓN: APORTES DESDE LA SOCIOLOGÍA. LAS PROBLEMÁTICAS INSTITUCIONALES EN RELACIÓN CON EL EDUCANDO, EL DOCENTE Y LA ENSEÑANZA. EL SUJETO DEL APRENDIZAJE. TEORÍAS COGNITIVAS DEL APRENDIZAJE. LA TEORÍA DE LA EQUILIBRACIÓN DE PIAGET. LA TEORÍA DEL APRENDIZAJE DE VIGOTSKY. LA TEORÍA DEL APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO DE AUSUBEL. LOS SISTEMAS EDUCATIVOS PROVINCIAL, ARGENTINO Y LATINOAMERICANO. ESCUELA Y CULTURA. ENSEÑANZA PARA LA COMPRENSIÓN. EL CURRÍCULUM.

*Handwritten signature*

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-

*Handwritten signature*



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//64.-

**SOCIOLOGÍA DE LA EDUCACIÓN**

EDUCACIÓN Y SOCIEDAD. LA DINÁMICA DE LOS PROCESOS SOCIALES EN EL ÁMBITO ESCOLAR. LA ESCUELA COMO DISTRIBUIDORA DEL CONOCIMIENTO SOCIALMENTE SIGNIFICATIVO. DIFERENTES CONCEPCIONES QUE LA ANALIZAN. EL CURRÍCULUM Y EL PODER. LOS ACTORES SOCIALES. LA DINÁMICA SOCIAL DE LOS PROCESOS SOCIALES EN EL ÁMBITO ESCOLAR. PROCESOS EDUCATIVOS Y CAMBIO SOCIAL: CONSENSO Y CONFLICTO. DETERMINACIÓN DE PRIORIDADES EN LA EDUCACIÓN: CRITERIOS POLÍTICOS, HISTÓRICOS Y SOCIOCULTURALES.

**ASIGNATURAS DEL CICLO SUPERIOR ORIENTADO EN COMUNICACIÓN EDUCATIVA**

**COMUNICACIÓN COMUNITARIA**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO COMPRENDA LAS PRINCIPALES NOCIONES BÁSICAS PARA EL ABORDAJE CONCEPTUAL Y PRÁCTICO DEL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA.

**CONTENIDOS:**

LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA COMO CONCEPTO Y COMO PRÁCTICA SOCIAL: MARCO TEÓRICO E HISTÓRICO. COMUNIDAD: CONCEPTO Y ABORDAJES. EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN. ORGANIZACIONES Y MOVIMIENTOS SOCIALES. MEDIOS COMUNITARIOS, ALTERNATIVOS Y POPULARES. EDUCACIÓN POPULAR Y SU RELACIÓN CON LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA. LA INVESTIGACIÓN-ACCIÓN PARTICIPATIVA. DIAGNÓSTICO SOCIAL Y COMUNICACIONAL: DIAGNÓSTICOS PARTICIPATIVOS. SISTEMATIZACIÓN. DINÁMICAS GRUPALES. PLANIFICACIÓN DE PROYECTOS Y CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA.

**PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA COMUNITARIA**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS CONCRETEN UNA PRÁCTICA REFLEXIVA Y TEÓRICAMENTE FUNDADA EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS EN MEDIOS RADIOFÓNICOS COMUNITARIOS Y PUEDAN FORMULAR, GESTIONAR Y EVALUAR PROYECTOS DE RADIOS COMUNITARIAS.

**CONTENIDOS:**

MISIÓN DE LA RADIO EN LA COMUNIDAD. LOS ACTORES SOCIALES Y SU INFLUENCIA. GÉNEROS, SUBGÉNEROS Y FORMATOS RADIOFÓNICOS EN UNA EMISORA COMUNITARIA.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//65.-

HIBRIDACIÓN. RECEPCIÓN. PRÁCTICAS DE ANÁLISIS, PRODUCCIÓN, REALIZACIÓN Y EDICIÓN DE CONTENIDOS RADIOFÓNICOS CON FINES COMUNICATIVOS COMUNITARIOS. FORMULACIÓN DE UN PROYECTO RADIOFÓNICO COMUNITARIO: OBJETIVOS, ACTIVIDADES, RECURSOS, EQUIPO DE TRABAJO Y ROLES.

**PRODUCCIÓN GRÁFICA COMUNITARIA**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS CONCRETEN UNA PRÁCTICA REFLEXIVA Y TEÓRICAMENTE FUNDADA EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN DE MEDIOS IMPRESOS CON FINES COMUNITARIOS Y/O EN EL MARCO DE ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL.

**CONTENIDOS:**

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL APLICADAS A MEDIOS IMPRESOS. PARTICIPACIÓN Y ACCESO. FORMATOS DE PUBLICACIONES. LA CONSTRUCCIÓN DE CONTENIDOS COMO PROCESO PARTICIPATIVO. FORMATOS TEXTUALES APLICADOS A LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS PARA MEDIOS CON FINES COMUNITARIOS O DE ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD. FUENTES. EDICIÓN, GESTIÓN Y FINANCIAMIENTO. PRÁCTICAS DE ANÁLISIS, REDACCIÓN Y TITULACIÓN DE TEXTOS INFORMATIVOS, INTERPRETATIVOS Y DE OPINIÓN PARA MEDIOS IMPRESOS CON FINALIDADES COMUNITARIAS U ORGANIZACIONALES. FORMULACIÓN Y EJECUCIÓN DE UN PROYECTO GRÁFICO EN EL MARCO DE UNA COMUNIDAD U ORGANIZACIÓN. ESTRUCTURA. ALTERNATIVAS TÉCNICAS PARA LA IMPRESIÓN Y MODOS DE DISTRIBUCIÓN.

**PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL COMUNITARIA**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO SE FORME EN PARA AL TRABAJO AUDIOVISUAL EN MEDIOS CON PERSPECTIVA CIUDADANA; QUE CONCRETEN UNA PRÁCTICA REFLEXIVA Y TEÓRICAMENTE FUNDADA EN LAS DISTINTAS ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA Y EN CONTEXTOS COMUNITARIOS.

**CONTENIDOS:**

ANÁLISIS DE LAS CONDICIONES Y POSIBILIDADES OFRECIDAS POR EL MARCO NORMATIVO VIGENTE PARA EL DESARROLLO DE MEDIOS AUDIOVISUALES CON ORIENTACIÓN CIUDADANA, SIN FINES DE LUCRO Y PÚBLICOS. GESTIÓN INTEGRAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUALES CON PERSPECTIVA CIUDADANA; ASPECTOS TÉCNICOS, ORGANIZACIONALES Y COMUNICATIVO-CULTURALES. NOCIONES Y TÉCNICAS PARA LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES CON PERSPECTIVA CIUDADANA

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//66.-

EN DIFERENTES GÉNEROS Y FORMATOS. LA PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN AUDIOVISUAL PARA FINALIDADES COMUNITARIAS.

FASES Y CARACTERÍSTICAS. EL LENGUAJE AUDIOVISUAL. GÉNEROS, FORMATOS Y OTRAS VARIABLES DE DISCURSO AUDIOVISUAL. EL GUIÓN, LA REALIZACIÓN Y LA POSTPRODUCCIÓN. PRÁCTICAS DE ANÁLISIS, PRODUCCIÓN, REALIZACIÓN Y EDICIÓN DE PRODUCTOS AUDIOVISUALES PARA LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA.

**COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO REFLEXIONE SOBRE LA RELACIÓN ENTRE LOS DERECHOS HUMANOS Y LA COMUNICACIÓN A TRAVÉS DE LA PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS CON ENFOQUE BASADO EN DERECHOS.

**CONTENIDOS:**

LOS DERECHOS HUMANOS COMO PRODUCTOS CULTURALES. LOS DDHH EN SUS CONTEXTOS HISTÓRICOS Y EPISTEMOLÓGICOS. DERECHOS HUMANOS DE PRIMERA, SEGUNDA, TERCERA Y CUARTA GENERACIÓN.

PRINCIPALES INSTRUMENTOS INTERNACIONALES QUE FIJAN LOS PRINCIPIOS Y ESTÁNDARES DE DERECHOS HUMANOS. EL ENFOQUE DE DERECHOS HUMANOS COMO MARCO CONCEPTUAL. DERECHOS HUMANOS, COMUNICACIÓN E IGUALDAD EN LA SOCIEDAD DE LA COMUNICACIÓN.

**PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DIGITALES (COMUNITARIA)**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO SEA CAPAZ DE REALIZAR UN PROYECTO MULTIMEDIAL, SIN FINES DE LUCRO, FUNDADOS EN EL RESPETO POR LOS DERECHOS HUMANOS Y LA PROMOCIÓN DE UNA CULTURA DEMOCRÁTICA, PLURAL Y PARTICIPATIVA.

**CONTENIDOS:**

ELEMENTOS FUNDAMENTALES PARA LA ELABORACIÓN Y GESTIÓN DE UN PROYECTO: DIAGNÓSTICO, PLANIFICACIÓN Y EVALUACIÓN. TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS. DIMENSIONES GERENCIALES Y POLÍTICAS DE LA GESTIÓN. SUSTENTABILIDAD ECONÓMICA Y SOCIAL DE PROYECTOS INTERACTIVOS SIN FINES DE LUCRO. MODELOS Y ALTERNATIVAS INSTITUCIONALES Y DE GESTIÓN. PUBLICIDAD, SUBSIDIOS Y OTRAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO. COMPETITIVIDAD. TRABAJO RENTADO Y RELACIONES LABORALES EN PROYECTOS INTERACTIVOS SIN FINES DE LUCRO.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//67.-

**PROMOCIÓN SOCIOCOMUNITARIA Y COMUNICACIÓN**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS SE FORMEN COMO MEDIADORES EN INICIATIVAS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE VIDA MEDIANTE EL DESARROLLO DE CAPACIDADES DE AUTOORGANIZACIÓN DE LOS MIEMBROS DE UNA COMUNIDAD O INSTITUCIÓN.

**CONTENIDOS:**

ESFERA PÚBLICA Y COMUNICACIÓN COMUNITARIA. ANÁLISIS DE PROCESOS Y PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN EN GRUPOS SOCIALES, ORGANIZACIONES Y COMUNIDADES. RECONOCIMIENTO DE ACTORES Y RELACIONES DE COMUNICACIÓN. PROBLEMAS SOCIOCULTURALES Y PSICOSOCIALES. POLÍTICAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN COMUNITARIA. METODOLOGÍAS Y TÉCNICAS DE INTERVENCIÓN SOCIOMUNITARIA. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN SOCIOCOMUNITARIA Y DE DESARROLLO PARTICIPATIVO. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE MEDIOS COMUNITARIOS. LA COMUNICACIÓN PARA LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL.

**CULTURAS POPULARES Y CULTURAS MEDIÁTICAS**

**OBJETIVOS:**

QUE LOS ALUMNOS PUEDAN REFLEXIONAR SOBRE INSTRUMENTOS CONCEPTUALES Y PROCEDIMENTALES PARA ANALIZAR OBJETOS DIVERSOS DE LAS CULTURAS POPULARES (EN SU CRUCE CON LA CULTURA DE MASAS).

CONSTRUIR UNA MIRADA CRÍTICA SOBRE LAS PROBLEMÁTICAS TEÓRICAS Y PRÁCTICAS QUE SURGEN DEL ANÁLISIS DE DICHS OBJETOS. COMPRENDER EL PAPEL DEL PODER EN LOS FENÓMENOS CULTURALES CONTEMPORÁNEOS. PRESENTAR Y ANALIZAR ALGUNOS ABORDAJES Y PERSPECTIVAS SOCIO-CULTURALES CONTEMPORÁNEAS Y LOCALES SOBRE EL TEMA.

**CONTENIDOS:**

SOCIEDAD, CULTURA Y PODER EN EL ORDEN SOCIAL CONTEMPORÁNEO. PROBLEMATIZACIÓN DE LA NOCIÓN DE CULTURAS POPULARES. DIMENSIONES DE LO POPULAR: PRÁCTICAS Y REPRESENTACIONES.

INTERSECCIONES ENTRE LO POPULAR Y LO MASIVO. SUBALTERNIDADES: DESIGUALDAD Y MULTIPLICIDAD.

IMPOSICIONES, PRÉSTAMOS Y RESISTENCIAS.

EL CUERPO COMO OBJETO DE ESTUDIO.

LA ENUNCIACIÓN SUBALTERNA: LA VOZ POPULAR.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//68.-

**ECONOMÍA SOCIAL**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO CONOZCA EL CONCEPTO, HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y COMPRENDA LA INTERRELACIÓN CON LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS, SINDICALES, EDUCATIVAS Y COMUNITARIAS EN EL SENO DE LA SOCIEDAD, COMO ASÍ TAMBIÉN SU VINCULACIÓN CON EL COOPERATIVISMO.

**CONTENIDOS:**

ECONOMÍA SOCIAL: CONCEPTO Y EVOLUCIÓN. INSTITUCIONES DE LA ECONOMÍA SOCIAL: COOPERATIVAS, MUTUALES, ASOCIACIONES, FUNDACIONES Y SOCIEDADES LABORALES. EL ESTADO, LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y LA ECONOMÍA SOCIAL. MEDIDAS DE APOYO AL COOPERATIVISMO. LA ECONOMÍA SOCIAL EN LA COOPERACIÓN AL DESARROLLO.

**SOCIOPOLÍTICA Y ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN**

**OBJETIVOS:**

QUE EL ALUMNO COMPRENDA EL ABORDAJE TEÓRICO – METODOLÓGICO DE LAS CORRIENTES DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN VINCULADAS A LA SOCIOPOLÍTICA DE LAS COMUNICACIONES Y LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LAS COMUNICACIÓN Y LA CULTURA.

**CONTENIDOS:**

ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA COMO CORRIENTE POSMARXISTA. LAS INDUSTRIAS CULTURALES, MEDIÁTICAS Y DE TELECOMUNICACIONES CONSIDERADAS DESDE UN ENFOQUE HISTÓRICO ESTRUCTURAL Y CIRCUNSCRITO A LA DINÁMICA DEL CAPITALISMO (COMO UN MODELO DE DESARROLLO ECONÓMICO, Y COMO UN MODO DE ORGANIZACIÓN SOCIAL). EL ACCESO DE LOS CIUDADANOS A LOS DISTINTOS SISTEMAS COMUNICATIVOS. RESISTENCIAS Y APROPIACIONES EN UN CONTEXTO AMPLIO DE LA ESTRUCTURACIÓN SOCIAL. LA CONCENTRACIÓN DE LA PROPIEDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. LA TRANSNACIONALIZACIÓN DE LOS CAPITALES Y LA FORMACIÓN DE MULTIMEDIOS GLOBALES Y REGIONALES. ESTUDIO Y ANÁLISIS SOBRE CASOS DE ASIGNACIÓN DE SEÑALES A RADIOS Y TELEVISIÓN COMUNITARIA ARGENTINA Y LA REGIÓN EN EL MARCO DE LA LSCA.

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-





Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//69.-

## TABLAS DE EQUIVALENCIAS

A CONTINUACIÓN SE PRESENTA LA TABLA DE EQUIVALENCIAS ENTRE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL PLAN 93.2 Y LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL PLAN 2015.

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL PLAN 93.2	LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL PLAN 2015
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN I	INTRODUCCIÓN AL PENSAMIENTO CIENTÍFICO
FOTOGRAFÍA	FOTOGRAFÍA
TALLER DE PRODUCCIÓN GRÁFICA I	LECTURA Y ESCRITURA I
ESTUDIO DE LA REALIDAD SOCIAL ARGENTINA	ARGENTINA: HISTORIA Y SOCIEDAD
COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA	COMUNICACIÓN Y MEDIOS
LINGÜÍSTICA Y COMUNICACIÓN	LINGÜÍSTICA Y COMUNICACIÓN LINGÜÍSTICA Y ANÁLISIS DEL DISCURSO
PRINCIPALES CORRIENTES DEL PENSAMIENTO CONTEMPORÁNEO	PROCESOS SOCIALES Y POLÍTICOS CONTEMPORÁNEOS
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN II	TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN I
SEMIÓTICA Y COMUNICACIÓN	SEMIÓTICA Y COMUNICACIÓN
TALLER DE PRODUCCIÓN GRÁFICA II	COMUNICACIÓN GRÁFICA LECTURA Y ESCRITURA II
TALLER DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA I	COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA
TALLER DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL I	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
LITERATURA Y SOCIEDAD	LITERATURA LATINOAMERICANA Y ARGENTINA DE LOS SIGLOS XX Y XXI
PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DEL SUJETO Y LA COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN Y CULTURA	TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN II
TALLER DE PRODUCCIÓN GRÁFICA III	PRODUCCIÓN GRÁFICA PERIODÍSTICA PRODUCCIÓN GRÁFICA INSTITUCIONAL PRODUCCIÓN GRÁFICA EDUCATIVA PRODUCCIÓN GRÁFICA COMUNITARIA
TALLER DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA II	PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA PERIODÍSTICA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA INSTITUCIONAL PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA EDUCATIVA PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA COMUNITARIA

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//70.-

TALLER DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL II	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PERIODÍSTICA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL INSTITUCIONAL PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EDUCATIVA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL COMUNITARIA
LENGUAJE Y ESTÉTICA DE LA IMAGEN	COMUNICACIÓN, IMAGEN Y SONIDO
EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN	EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
DERECHO DE LA INFORMACIÓN	DERECHO Y COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN PUBLICITARIA	COMUNICACIÓN PUBLICITARIA
INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN	METODOLOGÍAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN
TALLER DE PRODUCCIÓN PUBLICITARIA	COMUNICACIÓN PUBLICITARIA
SEMINARIO NUEVAS TECNOLOGÍAS	COMUNICACIÓN Y MEDIOS DIGITALES
ESTADÍSTICA	ESTADÍSTICA
IDEAS POLÍTICAS	-
ECONOMÍA POLÍTICA Y FINANZAS PÚBLICAS	ECONOMÍA POLÍTICA FINANZAS PÚBLICAS
RELACIONES INTERNACIONALES	-
PSICOLOGÍA DEL APRENDIZAJE	PSICOLOGÍA DEL APRENDIZAJE
TEORÍAS PEDAGÓGICAS CONTEMPORÁNEAS	TEORÍAS PEDAGÓGICAS
SOCIOLOGÍA DE LA EDUCACIÓN	SOCIOLOGÍA DE LA EDUCACIÓN
OPINIÓN PÚBLICA	OPINIÓN PÚBLICA E INVESTIGACIÓN DE MERCADO
INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y OPINIÓN PÚBLICA	OPINIÓN PÚBLICA E INVESTIGACIÓN DE MERCADO
PLANEAMIENTO DE MEDIOS	PLANEAMIENTO DE MEDIOS
SEMINARIO POLÍTICAS Y PLANIFICACIÓN EN COMUNICACIÓN	POLÍTICAS Y LEGISLACIÓN EN COMUNICACIÓN
TALLER DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	INSTITUCIONES Y SOCIEDAD
TALLER DE TECNOLOGÍA EDUCATIVA	PRODUCCIÓN GRÁFICA EDUCATIVA
PRUEBA DE SUFICIENCIA EN MECANOGRAFÍA	-
PRUEBA DE SUFICIENCIA EN COMPUTACIÓN	TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL I
PRUEBA DE SUFICIENCIA EN INGLÉS NIVEL I	INGLÉS I
PRUEBA DE SUFICIENCIA EN INGLÉS NIVEL II	INGLÉS II

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//71.-

A CONTINUACIÓN SE PRESENTA LA TABLA DE EQUIVALENCIAS ENTRE LA TECNICATURA UNIVERSITARIA EN PERIODISMO PLAN 93.3 Y LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL PLAN 2015.

<b>TECNICATURA UNIVERSITARIA EN PERIODISMO - PLAN 93.3</b>	<b>LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL - PLAN 2015</b>
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN I	INTRODUCCIÓN AL PENSAMIENTO CIENTÍFICO
FOTOGRAFÍA	FOTOGRAFÍA
ESTUDIO DE LA REALIDAD SOCIAL ARGENTINA	ARGENTINA: HISTORIA Y SOCIEDAD
COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA	COMUNICACIÓN Y MEDIOS
TALLER DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO	LECTURA Y ESCRITURA I
LINGÜÍSTICA Y COMUNICACIÓN	LINGÜÍSTICA Y COMUNICACIÓN LINGÜÍSTICA Y ANÁLISIS DEL DISCURSO
LITERATURA Y SOCIEDAD	LITERATURA LATINOAMERICANA Y ARGENTINA DE LOS SIGLOS XX Y XXI
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN II	TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN I
TALLER DE PRODUCCIÓN GRÁFICA I	COMUNICACIÓN GRÁFICA LECTURA Y ESCRITURA II
TALLER DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA I	COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA
TALLER DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL I	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
ÉTICA Y DEONTOLOGÍA	COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS
ECONOMÍA POLÍTICA	ECONOMÍA POLÍTICA
PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	PSICOLOGÍA DEL SUJETO Y LA COMUNICACIÓN
TALLER DE PRODUCCIÓN GRÁFICA II	PRODUCCIÓN GRÁFICA PERIODÍSTICA
TALLER DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA II	PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA PERIODÍSTICA
TALLER DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL II	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PERIODÍSTICA
ORGANIZACIÓN INSTITUCIONAL	INSTITUCIONES Y SOCIEDAD
FINANZAS PÚBLICAS	FINANZAS PÚBLICAS
NUEVAS TECNOLOGÍAS	COMUNICACIÓN Y MEDIOS DIGITALES
LENGUAJE Y ESTÉTICA DE LA IMAGEN	COMUNICACIÓN, IMAGEN Y SONIDO
DERECHO DE LA INFORMACIÓN	DERECHO Y COMUNICACIÓN
TÉCNICAS DE IMPRESIÓN Y DIAGRAMACIÓN	DISEÑO Y TÉCNICAS DE IMPRESIÓN
RESIDENCIA	-
PRUEBA DE SUFICIENCIA EN MECANOGRAFÍA	-
PRUEBA DE SUFICIENCIA EN COMPUTACIÓN	TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL I
PRUEBA DE SUFICIENCIA EN INGLÉS	INGLÉS I

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14 -CS)

//.-



Universidad Nacional de San Juan

**CONSEJO SUPERIOR**

— \*\*\* —

//72.-

A CONTINUACIÓN SE PRESENTA LA TABLA DE EQUIVALENCIAS ENTRE TECNICATURA UNIVERSITARIA EN PUBLICIDAD PROPAGANDA PLAN 93.3 Y LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL PLAN 2015.

TECNICATURA UNIVERSITARIA EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA PLAN 93.3	LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL PLAN 2015
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN I	INTRODUCCIÓN AL PENSAMIENTO CIENTÍFICO
FOTOGRAFÍA	FOTOGRAFÍA
ESTUDIO DE LA REALIDAD SOCIAL ARGENTINA	ARGENTINA, HISTORIA Y SOCIEDAD
COMUNICACIÓN PUBLICITARIA	COMUNICACIÓN PUBLICITARIA
MÉTODOS Y TÉCNICAS DE PLANEAMIENTO	-
DISEÑO PUBLICITARIO	-
PSICOLOGÍA PUBLICITARIA	PSICOLOGÍA DEL SUJETO Y LA COMUNICACIÓN
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN II	TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN I
SEMIÓTICA Y COMUNICACIÓN	SEMIÓTICA Y COMUNICACIÓN
TALLER DE PRODUCCIÓN GRÁFICA I	COMUNICACIÓN GRÁFICA
TALLER DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA I	COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA
TALLER DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL I	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
LENGUAJE Y ESTÉTICA DE LA IMAGEN	COMUNICACIÓN, IMAGEN Y SONIDO
ESTRATEGIA DE MEDIOS	PLANEAMIENTO DE MEDIOS
MARKETING	MARKETING
TALLER DE PRODUCCIÓN GRÁFICA II	PRODUCCIÓN GRÁFICA INSTITUCIONAL
TALLER DE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA II	PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA INSTITUCIONAL
TALLER DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL II	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL INSTITUCIONAL
ÉTICA Y DEONTOLOGÍA	COMUNICACIÓN Y DERECHOS HUMANOS
PROGRAMACIÓN DE CAMPAÑAS	DISEÑO DE CAMPAÑAS
ORGANIZACIÓN INSTITUCIONAL	INSTITUCIONES Y SOCIEDAD
DERECHO DE LA INFORMACIÓN	DERECHO Y COMUNICACIÓN
NUEVAS TECNOLOGÍAS	COMUNICACIÓN Y MEDIOS DIGITALES
TÉCNICAS DE IMPRESIÓN Y DIAGRAMACIÓN	DISEÑO Y TÉCNICAS DE IMPRESIÓN
RESIDENCIA	-
PRUEBA DE SUFICIENCIA EN MECANOGRAFÍA	-
PRUEBA DE SUFICIENCIA EN COMPUTACIÓN	TECNOLOGÍA COMPUTACIONAL I
PRUEBA DE SUFICIENCIA EN INGLÉS	INGLÉS I

(CORRESPONDE A ANEXO DE LA ORDENANZA N° 027 / 14-CS)



Lic. DANIEL DURAN  
CONSEJERO REPRESENTANTE DEL PAU.  
CONSEJO SUPERIOR - U.N.S.J.

Dr. Ing. OSCAR NASISI  
PRESIDENTE  
CONSEJO SUPERIOR - U.N.S.J.