

# Licenciatura en Comunicación Social

## PERFIL PROFESIONAL

El egresado en la Licenciatura en Comunicación Social, estará habilitado para:

- » Conocer los elementos teórico-prácticos de los procesos comunicacionales y su relación con la producción mediática.
- » Interpretar los fundamentos de las Ciencias Sociales que configuran las prácticas en comunicación y la continuidad de sus procesos.
- » Analizar las variables que estructuran las expresiones socio-culturales en su relación con las prácticas comunicacionales.
- » Investigar y planificar estrategias aplicables al campo de la Comunicación Social.
- » Estructurar nuevas alternativas que promuevan lo comunicacional en diferentes contextos.
- » Generar distintos niveles de recepción, facilitando la actitud crítica ante los mensajes.



## **ALCANCES DEL TITULO**

La práctica profesional se desarrollará:

- En el área de la investigación teórica y aplicada.
- En empresas periodísticas de comunicación masiva, alternativa o comunitaria.
- En distintas organizaciones públicas o privadas.
- En el diagnóstico, diseño, y planificación de sistemas, medios o herramientas comunicacionales.
- En la asesoría, producción y organización de medios y productos en diferentes soportes que incluyan desde lo gráfico a lo multimedial.



## LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

### PLAN DE ESTUDIO ORDENANZA N° 377/09

AÑO	ORDEN	ASIGNATURA	REGIMEN	CORRELATIVA	CREDITO HORARIO
1°	1	Producción Gráfica	Anual	****	200
	2	Teorías de la Comunicación Social	Anual	****	120
	3	Taller de redacción	Anual	****	90
	4	Informática Básica y Aplicada	Anual	****	90
	5	Inglés	Anual	****	120
	6	Metodología del Aprendizaje	1° Cuat.	****	60
	7	Filosofía	1° Cuat.	****	60
	8	Corrientes del Pensamiento Político	2° Cuat.	7	60
	9	Introducción a la Economía	2° Cuat.	****	60
2°	10	Producción Radial	Anual	1-2-3	200
	11	Sociología de los Medios de Comunicación	Anual	2	120
	12	Semiología	Anual	2	120
	13	Procesos Históricos Contemporáneos	Anual	8-9	120
	14	Comunicación Oral - Locución	1° Cuat.	****	60
	15	Literatura Argentina y Latinoamericana	1° Cuat.	3	60
	16	Antropología de la Comunicación	1° Cuat.	7	60
	17	Psicología Social y Comunicación	2° Cuat.	***	60
	18	Historia Social del Arte	2° Cuat.	15	60
19	Taller de Fotografía	2° Cuat.	1	60	
3°	20	Producción Televisiva	Anual	10-19	200
	21	Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales	Anual	11-12	120
	22	Programación Radiofónica	Anual	10-14	90
	23	Periodismo Interpretativo y de Investigación	Anual	10-19	120
	24	Fundamentos de la Comunicación Institucional	1° Cuat.	11-17	60
	25	Derecho Constitucional	1° Cuat.	***	40
	26	Opinión Pública	1° Cuat.	11-16-17	40
	27	Fundamentos de la Comunicación Publicitaria	2° Cuat.	12-19-24	60
	28	Derecho e Información	2° Cuat.	25	60
29	Estadística Aplicada a la Investigación en Cs. Sociales	2° Cuat.	***	60	



### ORIENTACION PERIODISMO

4°	30	Pedagogía de la Comunicación	Anual	16-17	90
	31	Comunicación Multimedia	Anual	20	120
	32	Producción Periodística	Anual	20-22-23	90
	33	Taller de Práctica Periodística	Anual	20	90
	34	Diseño y Diagramación de la Información Periodística	Anual	23	120
	35	Periodismo de Opinión	Anual	23-26	120
	36	Ética Profesional	1° Cuat.	28	60
	37	Política, Comunicación y Cultura	1° Cuat.	13-16	40
	38	Seminario Para Trabajo Final	1° Cuat.	21-29	40
	39	Seminario de Periodismo Deportivo	1° Cuat.	20-22-23	60
	40	Gestión y Planificación de la Empresa Periodística	2° Cuat.	11-26	60
	41	Seminario de Periodismo Cultural	2° Cuat.	15-18-39	60
	42	Seminario de Periodismo Político	2° Cuat.	37-39	60
43	Formación Práctica Supervisada	2° Cuat.	39	90	

### ORIENTACION PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

4°	30	Pedagogía de la Comunicación	Anual	16-17	90
	31	Comunicación Multimedia	Anual	20	120
	32	Comunicación Publicitaria	Anual	26-27	120
	33	Comunicación y Diagnóstico Institucional	Anual	24-26	120
	34	Taller de Redacción y Creación Publicitaria	Anual	27	90
	35	Relaciones Humanas y Públicas	Anual	24-26	90
	36	Ética Profesional	1° Cuat.	28	60
	37	Política, Comunicación y Cultura	1° Cuat.	13-16	40
	38	Seminario Para Trabajo Final	1° Cuat.	21-29	40
	39	Diseño y Dirección de Arte Publicitario	1° Cuat.	27	60
	40	Planificación y Gestión Empresarial e Institucional	2° Cuat.	24-27	60
	41	Publicidad Institucional	2° Cuat.	24-39	60
	42	Marketing	2° Cuat.	26	60
43	Formación Práctica Supervisada	2° Cuat.	20-39	90	

