

"Gral. Martín Miguel de Güemes
Héroe de la Nación Argentina"



Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología

Provincia de Salta

RESOLUCIÓN Nº **5659** SALTA, **2** DIC 2013

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. Nº 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

VISTO, las presentes actuaciones mediante las cuales el establecimiento Nº 8048 denominado Instituto "Jean Piaget" de Salta - Capital, tramita la aprobación de la Carrera Técnica de Nivel Superior No Universitario "Tecnatura Superior en Relaciones Públicas"; y

CONSIDERANDO:

Que la Ley de Educación Superior Nº 24.521 establece entre sus objetivos "promover una adecuada diversificación de los estudios de Nivel Superior, que atienda tanto a las expectativas y demandas de la población como a los requerimientos del sistema cultural y de la estructura productiva";

Que el Ministerio de Educación de la Provincia dictó la Resolución Nº 1710/07 mediante la cual se aprueba el procedimiento para la formulación, aprobación e implementación de los diseños curriculares jurisdiccionales de carreras de Tecnicaturas Superiores para su desarrollo en los Institutos de Educación Superior, dependientes de las Direcciones Generales de Educación Superior y Educación Privada, dejando establecido que, cuando el Diseño Curricular no estuviere aprobado jurisdiccionalmente, la institución deberá realizar la solicitud correspondiente ante los organismos superiores pertinentes según corresponda;

Que se merita necesario iniciar la transformación educativa en los Institutos Técnicos de Educación Superior a efectos de orientar sus ofertas académicas dentro de los parámetros de calidad y eficiencia y de los requerimientos del mercado laboral;

Que en el ámbito de la educación de Gestión Privada los requisitos de solicitudes de reconocimiento de nuevas carreras de Nivel Superior No Universitario se encuentran contenidos en los Artículos 10º, 17º y 20º del Dcto. 4203/99;

Que la Institución presentó en tiempo y forma el diseño curricular de la carrera "Tecnatura Superior en Relaciones Públicas" para su implementación a partir del Período Lectivo 2011, el que se ajusta a los lineamientos de la Resolución Ministerial Nº 1710/07, y el que cuenta a fs. 253 con aprobación por parte del Tribunal Evaluador;

Que por Disposición Nº 415/11 -fs. 358/366- de la Dirección General de Educación Privada se autoriza, con el único propósito de no perjudicar a los alumnos, la matriculación en la Carrera de Nivel Superior No Universitario "Tecnatura Superior en Relaciones Públicas", durante el Período Lectivo 2011, en el establecimiento Nº 8048 denominado Instituto "Jean Piaget" de Salta - Capital;

Que se estima oportuno que la Institución evalúe anualmente la conveniencia de la continuidad de la implementación de la carrera propuesta y el Diseño Curricular aprobado,





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° **5659**

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

teniendo en cuenta la formación de Recurso Humano en su área de influencia, el avance del conocimiento y los requerimientos académicos y pedagógicos que resulten de aplicación;

Que sin perjuicio de ello, y en atención a idénticas razones, se merita necesario establecer que el Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Provincia de Salta y la Dirección General de Educación Privada, dependiente del mismo, se reservan la facultad de limitar la implementación de la carrera propuesta;

Que consecuentemente resulta procedente el dictado del instrumento legal aprobatorio del correspondiente Plan de Estudios;

Por ello,

EL MINISTRO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Aprobar el Plan de Estudios de la Carrera Técnica de Nivel Superior No Universitario "Tecnatura Superior en Relaciones Públicas", el que como Anexo se integra a la presente.

ARTÍCULO 2°.- Autorizar la implementación de la Carrera Técnica de Nivel Superior No Universitario "Tecnatura Superior en Relaciones Públicas", cuyo Plan de Estudios se aprueba en el Artículo precedente, en el establecimiento N° 8048 denominado Instituto "Jean Piaget" de Salta -Capital, por 1 (una) cohorte, a partir del Período Lectivo 2011.

ARTÍCULO 3°.- Comunicar, insertar en el Libro de Resoluciones y archivar.



C.F.N. Roberto Dib Ashur
Ministro de Educación, Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta



*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° **5659** -1-

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

**ANEXO
PLAN DE ESTUDIOS**

1. **NIVEL:** Superior no Universitario
2. **DENOMINACIÓN DE LA CARRERA:** Tecnicatura Superior en Relaciones Públicas
3. **DURACIÓN:** 3 (tres) años
4. **TÍTULO A OTORGAR:** Técnico Superior en Relaciones Públicas
5. **MODALIDAD:** Presencial
6. **CARGA HORARIA:** 1656 (mil seiscientos cincuenta y seis) horas reloj



*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° 5659 -2-

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

7. OBJETIVOS

Generales

- Atender a la demanda y necesidades de nuestra sociedad salteña y provincias limítrofes, para fortalecer la profesionalización y jerarquización de los responsables del área de Relaciones Públicas en las diferentes empresas o instituciones.
- Proporcionar a los alumnos las herramientas para que puedan construir y mantener el prestigio de empresas, de sus productos o servicios, de individuos y otras entidades.
- Capacitar a los alumnos para que sean idóneos para el logro de las metas de la empresa. Actuar en la gestión de la comunicación integral de las organizaciones, mediante el desempeño de las funciones específicas que encuadran la profesión.
- Generar profesionales responsables de gestionar la comunicación de una organización con visión estratégica, de mejorar los vínculos con su entorno y de intervenir en los procesos de formación de imagen.

Específicos

Que el Técnico Superior en Relaciones Públicas esté capacitado para lograr:

- Brindar al alumno las herramientas e instrumentos necesarios para insertar a las organizaciones dentro de la comunidad, haciéndose comprender, tanto por sus públicos internos como externos, de sus objetivos y procedimientos.
- Capacitar en la implementación de las formas de transmisión de información para que sea siempre veraz, ya que la confianza del público es la que permite el crecimiento institucional.
- Comprender a la opinión pública para luego poder actuar sobre ella.
- Optimizar las capacidades del alumno en el análisis y resolución de situaciones.
- Desarrollar mediante la práctica las capacidades técnicas e intelectuales de los estudiantes, a fin de adaptarse a los requerimientos de la comunicación y de las empresas en el mundo actual.





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología*

Provincia de Salta

RESOLUCIÓN N° **5659** -3-

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

Perfil del Egresado

El Técnico Superior en Relaciones Públicas está capacitado para establecer, mantener y optimizar las relaciones internas y externas de instituciones y empresas como un medio para colaborar en la obtención de sus objetivos a través de la comunicación. Escuchando los intereses de los públicos sobre los que actúa, monitoreando las opiniones de los grupos, formando una imagen positiva, motivando a las personas e instituciones e influyendo sobre ellas. El objetivo fundamental es que el profesional de las Relaciones Públicas organice, sistematice y ponga en práctica la comunicación en forma integral permitiendo que la organización logre sus objetivos sin olvidar que es un actor social que interactúa con otros actores de una misma sociedad. Se aspira a la formación de un profesional responsable, con gran capacidad de liderazgo, hábil para interrelacionarse con los demás de manera clara, apropiada y convincente a través del lenguaje verbal, el no verbal y los códigos de comunicación de los distintos medios a su alcance.

El relacionista público debe ser culto y conocedor del entorno y la actualidad, poseer valores éticos bien fundamentados, especialmente en materia de honestidad, tolerancia y respeto a los demás.

Este profesional debe ser capaz de desempeñarse ya sea de forma independiente o en relación de dependencia laboral, en las áreas de:

- Relaciones internas y externas.
- Eventos y acontecimientos institucionales.
- Relaciones de prensa y difusión.
- Desarrollo y aplicación de imagen (Diseño Gráfico y Sitio Web).

Competencia del Título

El Técnico Superior en Relaciones Públicas se ocupa de:

- Identificar y diagnosticar los problemas de comunicación de la empresa tanto interna como la comunicación con su público.
- Investigar, planificar y ejecutar acciones de relaciones institucionales.
- Optimizar la comunicación diseñando estrategias comunicacionales.
- Organizar y supervisar el ceremonial en actos protocolares.





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° **5659** -4-1

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

- Organizar, coordinar y producir eventos, conferencias y recepciones.
- Idear y organizar eventos musicales, deportivos, culturales, etc.
- Establecer contactos internacionales.
- Gestionar acuerdos de cooperación y articulación.
- Planificar programas de imagen.
- Negociar contratos de publicidad para la empresa.
- Vincular a las organizaciones con sus públicos.
- Escribir comunicados de prensa destinados a las autoridades, los medios de comunicación y al público en general sobre los planes o políticas de la empresa y los logros obtenidos.
- Intervenir en el manejo de situaciones de crisis.
- Realizar auditorías de imagen.
- Planificar y dirigir el trabajo diario de su área.



Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta

RESOLUCIÓN N° 5659 -5-1

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

9.- ESTRUCTURA CURRICULAR

Primer Año

Código	Espacios Curriculares	Régimen		
		Anual	1° Cuat.	2° Cuat.
Campo de la Formación General				
1.01	Inglés I	-	3	-
1.02	Filosofía	-	3	-
1.03	Informática I	-	3	-
1.04	Informática II	-	-	3
1.05	Inglés II	-	-	3
Campo de la Formación de Fundamento				
1.06	Estructura y Dinámica de las Organizaciones	4	-	-
1.07	Psicología General	-	3	-
1.08	Psicología Social	-	-	3
1.09	Administración de las Organizaciones	-	-	4
1.10	Teoría de la Comunicación I	-	-	3
Campo de la Formación Especifica				
1.11	Relaciones Públicas I	-	3	-
1.12	Relaciones Públicas II	-	-	3
TOTAL DE HORAS CÁTEDRAS		4	15	19





Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta

RESOLUCIÓN N° **5659** -6-

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

Segundo Año

Código	Espacios Curriculares	Régimen		
		Anual	1° Cuat.	2° Cuat.
Campo de la Formación General				
2.13	Estadística Social	-	-	4
Campo de la Formación de Fundamento				
2.14	Economía	-	4	-
2.15	Teoría de la Comunicación II	-	4	-
2.16	Sociología	-	4	-
2.17	Publicidad y Estrategia Comunicacional I	-	4	-
2.18	Derecho Civil. Contratos	-	-	3
2.19	Comunicación e Imagen Institucional	-	-	4
Campo de la Formación Específica				
2.20	Administración de Recursos Humanos	2	-	-
2.21	Taller de Redacción	-	-	5
Campo de las Prácticas Profesionalizantes				
2.22	Práctica Profesional I	6	-	-
TOTAL DE HORAS CÁTEDRAS		8	16	16

UF





Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta

RESOLUCIÓN N° 5659 -7-1

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

Tercer Año

Código	Espacios Curriculares	Régimen		
		Anual	1° Cuat.	2° Cuat.
Campo de la Formación General				
3.23	Historia Económica, Política y Social	-	3	-
3.24	Metodología y Técnicas de Investigación Social	-	-	3
Campo de la Formación de Fundamento				
3.25	Derecho Comercial	-	4	-
3.26	Locución y Oratoria	-	5	-
3.27	Publicidad y Estrategia Comunicacional II	-	-	4
3.28	Psicología Institucional	-	-	3
3.29	Marketing	-	-	4
Campo de la Formación Específica				
3.30	Organización de Eventos, Protocolo y Ceremonial	3	-	-
3.31	Relaciones Internacionales	-	-	4
Campo de las Prácticas Profesionalizantes				
3.32	Práctica Profesional II	-	6	-
3.33	Práctica Profesional III	-	-	6
TOTAL DE HORAS CÁTEDRAS		3	18	24





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° **5659** -81

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

10.- CONTENIDOS MÍNIMOS

Código: 1.01

Espacio Curricular: INGLÉS I

Introducción a las estructuras fundamentales como acercamiento a las formas correlativas en el idioma castellano. Verbos auxiliares: to be, to have, to do. Diferentes usos. Verbos: tiempos y modos. La voz pasiva. Práctica intensiva. Going to future. Verbos anómalos. Sus usos. El imperativo. Verboides: infinitivos, formas "ing", participios pasados. Grupo nominal: el sustantivo y sus modificaciones. El adjetivo: su posición. Comparativos y superlativos. Formación de adverbios de modo. Pronombres personales, objetivos y posesivos. Pronombres relativos. El artículo definido e indefinido, sus usos. Organización interna del texto. Extracción de ideas centrales y secundarias. Función comunicativa de los textos: informar, convencer, admirar, rechazar, opinar, sugerir, ordenar.

Código: 1.02

Espacio Curricular: FILOSOFÍA

Introducción al discurso de las ciencias. Naturaleza de las Ciencias Sociales y del conocimiento tecnológico. Juicios de valor y reglas. Epistemología. Contexto de descubrimiento, justificación y aplicación. Estructura básica de las ciencias. Su carácter conjetural. Leyes probabilísticas y universales. Tendencias. Teorías y modelos. Términos teóricos y pre-teóricos u observacionales. El problema de la base empírica. Métodos inductivo, crítico y abductivo. Procedimientos de evaluación. Observación, experimentación medición. Predicción y explicación. Ciencias Sociales. La especificidad de la explicación social. Explicación y comprensión. La asunción de la racionalidad de los agentes y el modelo intencional de explicación. La problemática metodológica particular de las Ciencias Sociales (una primera aproximación). Neutralidad, objetividad e ideología. Tecnología. Especificidad del conocimiento técnico y tecnológico. La previsión tecnológica. Validación del conocimiento tecnológico. Ciencias básicas, ciencia aplicada y tecnología. Filosofías de la tecnología: tecno ontología, tecno axiología y tecno ética. Problemas especiales de las ciencias y tecnologías sociales y económicas. La distinción positivo-normativo y la neutralidad valorativa de la ciencia. Estatuto epistemológico de la administración y la contabilidad. La controversia acerca del realismo de los supuestos en economía. La controversia acerca de la racionalidad en economía y administración: realismo de los supuestos en economía. La controversia acerca de la racionalidad en economía y administración: Racionalidad Sustantiva (neoclásica) vs. Racionalidad Procedural (Simón). Individualismo y holismo metodológicos.





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° **5659** -9-1

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

Código: 1.03

Espacio Curricular: INFORMÁTICA I

Conceptos fundamentales de Informática. Evolución del hardware. Representación de la Información en Computadoras. Sistemas de numeración usuales en informática: Hexadecimal, Octal, Binario. Transformaciones entre sistemas de numeración. El código ASCII. Representación interna de números en una computadora. Unidades funcionales de una Computadora. Máquina de Von Neumann, componentes básicos: memoria, unidad central de proceso, líneas de comunicación – buses, dispositivos de entrada/salida. Sistema operativo. Definición de sistema operativo. Funciones. Modelo de capas de la computadora. Tipos de sistemas operativos. Sistemas Operativos por su Estructura. Sistemas Operativos por Servicios Resolución de Problemas. Teoría General de sistemas. Características de los sistemas. Análisis interno de los sistemas. Sistemas de Información. Jerarquía sistémica. Dato – Información. Subsistemas que componen un sistema de información. Sistemas de Información Computarizados. Categorización de los sistemas por su funcionalidad. Razones para computarizar un sistema de información. Análisis y diseño de sistemas de información.

Código: 1.04

Espacio Curricular: INFORMÁTICA II

Introducción a la Programación: conceptos. Diseño y verificación de algoritmos. Análisis y especificación del problema y su contexto. Descomposición de problemas. Las partes de un programa. Documentación de un algoritmo. Corrección de un algoritmo. Eficiencia de un algoritmo. Los datos simples y las operaciones básicas. Tipos de datos numéricos: enteros y reales. Operaciones. Tipos de datos lógicos. Operaciones. Tipos de datos carácter. Operaciones. Constantes y variables. Asignación interna y externa. Funciones internas. Entrada/Salida. Tipos de datos ordinales, enumerativos y string. Programación estructurada. Reglas de programación estructurada. Estructuras de control: secuencial, alternativa y repetitiva. Estructuras anidadas. Elementos básicos de un programa. Entrada de datos, proceso y salida. Asignaciones internas y externas. Variables auxiliares de un programa. Contadores, acumuladores y banderas.





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° **5659** -101

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. I

Código: 1.05

Espacio Curricular: INGLÉS II

Técnicas de traducción. Estudio semántico, estudio morfológico-sintáctico. Verbos conjugados. Identificación sintáctica de verbos no conjugados. Uso correcto del diccionario técnico. Estudio gramatical. Modo del verbo. Formas gramaticales. Los adverbios de frecuencia. Preposiciones de tiempo. Respuestas en situaciones formales e informales. Cartas de presentación personal. Carta de quejas. Comprensión de textos. El texto de las nuevas tecnologías. Expresiones idiomáticas.

Código: 1.06

Espacio Curricular: ESTRUCTURA Y DINÁMICA DE LAS ORGANIZACIONES

Concepto de estructura de la organización. Eficacia y eficiencia en la estructura organizacional. Lo formal y lo informal en la estructura organizacional. Departamentalización. Coordinación. Delegación: autoridad y responsabilidad. Descentralización. Formalización de la estructura de la organización. Organigrama.

Código: 1.07

Espacio Curricular: PSICOLOGÍA GENERAL

Introducción a la Psicología. Psicología General. Su alcance. Breve historia de la Psicología. El objeto y el método. Evolución de la psique. Psicología de la consciencia. Enfoque tradicional de W James. La temporalidad de la consciencia. Psicología Conductista Watson. Relación estímulo-respuesta. La Psicología de la Gestalt. Wertheimer, Khöler, Kofka, orígenes y postulados. Psicoanálisis. Sigmund Freud. Aparato psíquico. Conceptos básicos de su constitución. Primera tópica: Inconciente, Pre-conciente, Conciente. Segunda tópica: Yo, Ello, Super-Yo. Pulsiones. Agresión. La psique para Carl G. Jung. Tipos psicológicos. Consciencia, inconsciente personal y colectivo. La sombra Psicología Individual de A. Adler. Sentimiento de Inferioridad. Complejo. Neurosis. Actitudes erróneas en la educación que provocan sentimientos de inferioridad. Psicología Existencialista. Filosofía existencialista. Psicoterapia existencialista. El análisis existencial de Biswanger: modos existenciales. Consecuencias Terapéuticas. Nociones elementales de Entrevista. Conceptos y diferencias de consultas. Anamnesis y Entrevista. Tipos de entrevista. La entrevista semi-dirigida como instrumento en la tarea del Asistente Social. La entrevista como campo. Concepto básico de transferencia y contratransferencia. Concepto de alianza de trabajo y disociación instrumental. Entrevista inicial, su objetivo. Distintas líneas teóricas para el abordaje de la entrevista. Funciones o facultades. Percepción. Atención. Memoria. Inteligencia. Pensamiento y lenguaje. Motivación.





Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta

RESOLUCIÓN N° **5659** -111

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

Código: 1.08

Espacio Curricular: PSICOLOGÍA SOCIAL

La Psicología Social como disciplina. Su desarrollo histórico: antecedentes y orientaciones actuales. Corrientes teóricas. El vínculo interhumano. Enfoque psicosocial del grupo desde distintas perspectivas teóricas. La escuela argentina. Dinámica grupal. Aprendizaje y grupo. Grupo operativo. El grupo primario. El grupo familiar. Las instituciones sociales. Comunidad. Creencias. Prejuicios y estereotipos. Mitos. La psicología de masas. Teoría de la comunicación.

Código: 1.09

Espacio Curricular: ADMINISTRACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

Las organizaciones. Caracterización. Sociedad y organización. La misión. Relaciones con el contexto: el marco jurídico, económico, social y político. Variables: propósitos, funciones, tamaño, complejidad, tecnología y formalización. Las partes integrantes. Los enfoques. El diseño y la realidad. La organización requerida. La organización como red de significaciones. La cuestión de los propósitos. La administración: teoría y práctica. Análisis y diseño de organizaciones. Conceptos básicos. Métodos de estudio de Administración. Lo propio de la administración. La administración comparada: empresas privadas, organizaciones públicas y del tercer sector. Las corporaciones, empresas pequeñas y medianas, empresas familiares. Los enfoques en administración. Los principios de administración. El desarrollo organizacional. Visión política de la organización. Modelos solidarios y cooperativos. Visión simbólica de la organización. Enfoque de identidad de la organización. Los criterios de administración. Niveles de política, gobierno y gerencia en las organizaciones. Enlaces y diferencias entre niveles. La gerencia como acción de cambio. Los criterios de la gerencia y de contexto. Los controles y regulaciones externas. Determinismo y autonomía. Las funciones de administración. La función de planeamiento. Los propósitos de la organización. Definición de los objetivos, metas. Políticas, estrategias y proyectos. La función de dirigir. Formas de autoridad Poder y persuasión. La motivación y los sistemas de recompensa y castigo. La función de organizar: división de tareas, delegación y coordinación. Las relaciones de mando, asesoría, servicio y apoyo. Tamaño, tecnología y organización. La función de control. El tiempo: lo preventivo y lo histórico. Elementos del control: normas, registros, indicadores y medidas de corrección. Control de rutina y control superior. El control presupuestario. La evaluación del desempeño. Control de la calidad de los servicios. Problemas en la relación entre individuo-organización. Las relaciones entre lo instituido y lo instituyente. Las relaciones de poder. La organización como escenario político. La administración y el cambio. El trabajo en equipo y la participación en el nivel directivo.





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° **5659** -124

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

Código: 1.10

Espacio Curricular: TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN I

Comunicación. Principales teorías y enfoques. La objetividad entre paréntesis. Los condicionamientos biológicos en la relación con el mundo. Ilusión y percepción. Emociones y lenguaje. El mundo enactuado. Las consecuencias de estas ideas en la práctica periodística. Más allá de lo aparente: la dimensión ideológica de los mensajes. La metodología del análisis ideológico. El concepto de hegemonía y la cuestión de la negociación. Explorando sus usos operativos desde la producción periodística. El efecto cognitivo de los medios en las audiencias. La realidad editada. La construcción de la noticia. Interpretación de estos aportes. Cultura y comunicación. La cultura como procesadora de identidades. El concepto de matriz cultural. Explorando un concepto amplio de lectura y sus consecuencias en la tarea periodística.

Código: 1.11

Espacio Curricular: RELACIONES PÚBLICAS I

Historia de las Relaciones Públicas. Orígenes de la profesión. Desarrollo. Características de las Relaciones Públicas en cada momento histórico. Características actuales. Definición conceptual de Relaciones Públicas. Prospectiva de las Relaciones Públicas como teoría y praxis. Imagen. Qué es y cómo se construye. Relación imagen-realidad. Conceptualización de la Imagen Institucional. Su construcción y desarrollo. Relación entre Imagen Organizacional e Identidad Corporativa. Concepto de público. Surgimiento del lobby, etimología y definición. Su interjuego con las Relaciones Públicas. Conceptos de motivación básica. El conflicto, la negociación y el comportamiento entre grupos. Definición conceptual y práctica de conflicto. Factores que condicionan a las relaciones entre grupos. Fundamentos de la estructura organizacional. Especialización del trabajo y departamentalización. Cadena de mando. Diseños organizacionales. Cultura organizacional. Oratoria. Retórica. La crisis de la palabra. Discurso. El protocolo como herramienta de las Relaciones Públicas. Congresos y simposios. Recepciones. Relaciones Públicas internacionales y sus definiciones. Asociaciones internacionales y sus responsabilidades organizativas. La problemática de las diferencias lingüísticas. Métodos organizacionales. Medios de comunicación internacionales. Diferencias culturales y Relaciones Públicas. Patrocinio internacional.





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° **5659** -13

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

Código: 1.12

Espacio Curricular: RELACIONES PÚBLICAS II

Identidad corporativa. Programa de identidad. El concepto imagen. La imagen de la empresa. Auditoría de imagen. Análisis de autoimagen. Imagen institucional e imagen pública. Programa de identidad: fijación de objetivos. Ejecución de un programa de identidad. Planificación. Lanzamiento. Evaluación del programa. El concepto de imagen. Elementos componentes de la imagen. Imagen de marca, de producto y de empresa. La imagen de empresa como proceso de interpretación acumulativa. La comunicación organizacional. Esquema general del proceso de comunicación organizacional. Análisis de la imagen corporativa. Teoría de la intervención. Discurso y semiosis institucional. Niveles de identificación institucional. Programación de la identidad institucional. Etapas y fases del proceso. Elaboración de programas particulares. Impacto sociotécnico e implantaciones ideológicas y culturales.

Código: 2.13

Espacio Curricular: ESTADÍSTICA SOCIAL

Concepto de estadística. El lugar de la estadística en la investigación social. Aspectos cuantificables de la realidad social. Distribuciones de frecuencias. Intervalo y límites. Graficación. Medidas de tendencia central, de posición u orden, de dispersión y desigualdad. Curva de Lorenz y coeficiente de Gini. Distintos tipos de curvas. Nociones de simetría y asimetría. Curtosis. La distribución normal. Tasas de incremento. Estimación de la tendencia. Desestacionalización. Promedios móviles. Números índice. Procedimientos para inflacionar y deflacionar. Cifras a precios constantes y a precios corrientes. Análisis de las distribuciones de ingresos. Nociones básicas de probabilidad. Muestreo: universo y muestra, la distribución muestral, estimación de intervalo y punto. La distribución al azar. Estadística explicativa o asociacional. Estadística bivariada con variables métricas. Correlación y regresión lineal. Mínimos cuadrados y recta de regresión. El coeficiente "r" de Pearson y su interpretación. El coeficiente de determinación R^2 . Curvas exponenciales y logarítmicas. El análisis simple de la varianza. Las sumas cuadráticas. Varianzas explicadas e inexplícadas. El coeficiente E^2 (Razón de correlación). Análisis de la varianza con dos o más factores: el efecto de la interacción. Las pruebas no paramétricas. Test de Kolmogorov-Smirnov, Test de Mann-Whitney, Prueba de Kruskal-Wallis, Coeficiente de correlación de rangos Rho de Spearman. Análisis multivariado. El análisis de datos de panel. El modelo de las cadenas de Markov.





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° **5659** -14

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. I

Código: 2.14

Espacio Curricular: ECONOMÍA

La ciencia económica: definiciones alternativas. Relaciones con otras ciencias. El problema económico. La actividad económica. Las posibilidades productivas de una economía: el costo de oportunidad. Los agentes económicos. Naturaleza de la teoría económica. Leyes económicas. Microeconomía y macroeconomía. Medición de la actividad económica. El sistema económico: estructura y funcionamiento. Organización del sistema económico: economías de mercado, economías planificadas y economías mixtas. Esquema de circulación entre los sectores económicos. Medición de la generación de riqueza en una economía. Las cuentas nacionales: principales componentes. Aspectos macroeconómicos. Objetivos de las unidades económicas. Preferencias del consumidor. Curvas de demanda. Nociones de producción. Comportamiento de la empresa: rendimientos y costos. Curvas de oferta. La formación de los precios. Mercados: tipos y características. El equilibrio parcial. Estabilidad y variaciones del equilibrio. Interferencias y regulaciones de los mercados. Aspectos macroeconómicos. Equilibrio general del sistema: oferta y demanda agregadas. Consumo, inversión y efecto multiplicador. Actividad económica de equilibrio y pleno empleo. Sector monetario: financiación de la economía. El dinero y los bancos comerciales. El papel del Banco Central. Sector externo: comercio internacional y balanza de pagos. El mercado. De divisas. El sector público en la economía: política monetaria y política fiscal. Nociones sobre la evolución del pensamiento económico. Cuestiones económicas contemporáneas. Estructura económica argentina. La distribución del ingreso: regional, sectorial, funcional y personal. Etapas del desarrollo económico argentino.

Código: 2.15

Espacio Curricular: TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN II

Orientación en Comunicación y Procesos Educativos: Comunicación y Educación. Sociología de la Educación. Teorías y técnicas de grupos, análisis institucional, metodología del planeamiento en comunicación. Orientación en opinión pública y publicidad: comercialización. Campañas publicitarias. Planificación de los medios. Técnicas de investigación opinión pública y mercado. Taller de la orientación. Un seminario optativo o una materia del resto de las orientaciones. Orientación en comunicación y promoción comunitaria. Metodología del planeamiento en comunicación. Promoción de actividades comunitarias. Comunicación y educación. Análisis institucional. Taller de orientación. Orientación en políticas y planificación de la comunicación: teorías del estado y de la planificación. Metodología.





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN Nº **5659** -18

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. Nº 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

Código: 2.16

Espacio Curricular: SOCIOLOGÍA

El objeto de la sociología. Conocimiento sociología y sentido común. Naturaleza y cultura. La construcción del objeto. Los problemas referidos a la utilización de los conceptos teóricos. Distintas estrategias teóricas y metodológicas. El mundo plural de la sociología. La posibilidad de un espacio común en la heterogeneidad. Condicionamientos históricos sociales de los cambios en la sociología. Las crisis de la sociología. Distintas conceptualizaciones para explicar la diferenciación social. Estratificación y clases sociales. Integración y conflicto social. Las clases medias como problema conceptual. Marginalidad. Sociología del conocimiento y la cultura. La producción social del conocimiento. Diferentes formas de acercamiento a la cuestión de las ideologías y las creencias. Los intelectuales. La sociología en Argentina y en América Latina. Antecedentes y problemas. La tradición intelectual y la tradición académica. La producción de conocimiento sociológico en las sociedades periféricas. La tensión campo académico campo político como productos de nuevas perspectivas.

Código: 2.17

Espacio Curricular: PUBLICIDAD Y ESTRATEGIA COMUNICACIONAL I

El rol de las comunicaciones en las redes creadas por la tecnología informática en la sociedad y el mundo de los negocios. Evolución y tendencias. Elementos que integran el proceso de la comunicación integrada de marketing. Modelos de percepción y comunicación. Nuevos conceptos de comunicaciones integradas de marketing para una gestión de valor. Objetivos, metas, estrategias, mensajes, creatividad, estilos de comunicaciones. Medios, alcances, impactos, sinergia de la complementación integrada. Investigaciones aplicadas a las comunicaciones. Mediciones. Costos. Inversiones, métodos para su decisión, seguimiento, evaluación y control. Interrelaciones entre promoción de ventas, merchandising, marketing directo, difusión, publicidad, e-commerce. Eventos especiales. Comunicaciones de productos. Comunicaciones y marcas. Comunicaciones institucionales. Lealtad y ética en las comunicaciones. Disposiciones legales, la organización interna para la administración de las comunicaciones integradas. Auditorías del proceso de comunicaciones. Agentes externos para el desarrollo del proceso estratégico en comunicaciones de marketing. Análisis de la profesionalidad y el estado del arte en las comunicaciones integradas de marketing. Objetivos, estrategias, inversiones, investigaciones aplicadas y evaluación de resultados de la publicidad. Impacto de los medios en la administración de publicidad. Interrelaciones entre empresas, agencia, medios y público objetivo.





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° **5659** -16-

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

Código: 2.18

Espacio Curricular: DERECHO CIVIL. CONTRATOS

El Derecho: concepto y caracteres, objetivo y subjetivo. Derecho y moral. Derecho natural y positivo. Las normas jurídicas. Las fuentes del derecho. La codificación. La interpretación. Clasificación del Derecho. Derecho Civil: concepto. El Código Civil. Personal Físicas. El estado civil. El domicilio. Capacidad. Patrimonio. Incapacidad. Emancipación. Inhabilitados. Fin de la existencia de las personas. Personas de existencia ideal. Los estatutos. Asociaciones, Sociedades y Fundaciones, Simples Asociaciones. Diferencias. Órganos de Gobierno. Responsabilidad contractual y extracontractual. Fin de la existencia. Patrimonio. Derechos patrimoniales. Hechos y Actos Jurídicos. Instrumentos Públicos y Privados. Defectos de los Actos Voluntarios y de los Actos Jurídicos. Obligaciones: distintas formas de transmisión. Contratos: clasificación. Clases. Derechos Reales. Derechos reales de garantía. Derechos de Familia. Matrimonio. Filiación, adopción y patria potestad, reconociendo los derechos y Obligaciones que surgen de cada una de ellas. Sucesiones. Testamentos.

Código: 2.19

Espacio Curricular: COMUNICACIÓN E IMAGEN INSTITUCIONAL

El mundo de la comunicación. La necesidad de comunicar de la organización. Toma de conciencia social. La masificación y aceleración del consumo. La saturación del sistema comunicativo. La comunicación de la organización como comunicación integrada. Tres tipos de imagen. La imagen/ficción. La imagen/icono. La imagen/actitud. Los públicos. Los modelos de comunicación. El modelo de Laswell. El modelo de Shannon. El modelo de Schramm. La construcción de la imagen. Uniformes. Videos. Señalización. Color corporativo. Stands. Material de oficina. Anuncios publicitarios. Material de promoción. Atención al cliente. Logos e isologos. Membretes y material de correspondencia. Coordinación de la comunicación externa.

Código: 2.20

Espacio Curricular: ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Introducción al estudio de los Recursos Humanos. Administración de recursos humanos. Ubicación del área dentro de la organización. Recursos Humanos estratégicos. Indicadores de gestión de los recursos humanos. El mercado de trabajo y los recursos humanos. Concepto de empleabilidad. La gestión por competencias. Las competencias y la inteligencia emocional. Un esquema global por competencias. Cómo aplicar la gestión por competencias en cada uno de los distintos procesos de



*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN Nº **5659** -17-*

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. Nº 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

recursos humanos. Concepto de contrato psicológico. La remuneración. El perfil. El antiperfil. Perfil de puestos por competencias. Planificación de una búsqueda. Concepto de reclutamiento. Elección de métodos y canales de búsqueda según los distintos niveles. La entrevista como elemento clave dentro del proceso de selección. La incorporación de los candidatos. Control de gestión en el empleo. Elementos básicos de capacitación y entrenamiento. Esquema de un entrenamiento. Cómo evaluar la capacitación: costos y beneficios. El capital intelectual. Desarrollo de recursos humanos. La importancia de la evaluación de desempeño.

Código: 2.21

Espacio Curricular: TALLER DE REDACCIÓN

La creatividad en el modo de organizar y exponer ideas. Técnicas y sugerencias para la invención de discursos escritos. Proceso de elaboración y redacción. Requisitos de claridad, brevedad, naturalidad y corrección gramatical. La redacción informativa y la redacción científica. Objetivos comunicativos y técnicas retóricas para lograr efectos de lenguaje. Conceptos metodológicos fundamentales a tener en cuenta en un proyecto: marco, situación o encuadre, problema, propósito, objetivos, hipótesis, procedimientos, propuesta, evaluación, indicadores, análisis, discusión, conclusión. Distintos tipos de proyectos, informes y notas. Estructura de informes y notas. Elementos. El empleo de tablas y gráficos. Citas bibliográficas. Modo de realizarse. Recomendaciones para la construcción de frases, oraciones y párrafos. Distintos tipos de vicios de lenguaje. Recomendaciones para prevenirlos y corregirlos. Errores gramaticales comunes. Recomendaciones para el uso del gerundio, las preposiciones, la coordinación verbal. El vocabulario. Uso de sinónimos. Normas en relación a neologismos, regionalismos, extranjerismos y tecnicismos. Taller de redacción de proyectos, informes y notas. Los objetivos buscados y la pertinencia del escrito: estrategias para seleccionar los términos más convenientes. Normas de ortografía y prolijidad. Normas de ceremonial escrito en uso en nuestro país.

Código: 2.22

Espacio Curricular: PRÁCTICA PROFESIONAL I

Comunicaciones y mundo actual. Análisis de casos. Comunicación de crisis. Gestión. Herramientas. La Responsabilidad Social Empresaria. Desarrollo Sustentable. Ética en los negocios. Reporte Económico, Social y Ambiental. Cultura organizacional y RSE. Ejemplos concretos de aplicación de estrategias del RSE. Instrumentos para comunicar la RSE de la empresa. Red de Voluntarios Corporativos. Manuales de Voluntariado. Herramientas para medir la RSE de la empresa: Premios. Balances. Reportes de sustentabilidad.



*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° **5659** -18-

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

Código: 3.23

Espacio Curricular: HISTORIA ECONÓMICA, POLÍTICA Y SOCIAL

Revolución Industrial. La economía mundial y el rol de Gran Bretaña. El libre cambio y el proteccionismo. El marco ideológico interno. La consolidación del Estado Nacional Argentino. El modelo agroexportador. La inversión extranjera. La inmigración. El movimiento obrero y las corrientes ideológicas. La situación social y económica. El radicalismo y la Primera Guerra Mundial. La crisis de 1929. El golpe de estado de 1930, el nacionalismo y la corrupción. El golpe de Estado de 1943 y el gobierno militar. Los cambios en la sociedad argentina y el surgimiento del peronismo. La Segunda Guerra Mundial y sus efectos sobre la producción y el comercio exterior. El primer gobierno peronista. La caída de Perón. La revolución libertadora. Los gobiernos de Frondizi, Guido e Illia. La economía radical. Los militares y la revolución argentina. El regreso del peronismo. La dictadura militar. El terrorismo de estado y los desaparecidos. El plan de Martínez de Hoz. El endeudamiento externo. El conflicto por el Beagle y la guerra de Malvinas. La posguerra fría y la globalización. El gobierno de Alfonsín. Los gobiernos de Menem. El gobierno de la Alianza. Los movimientos sociales. Los piqueteros. El ajuste y la recesión: Machinea y López Murphy. Los gobiernos de transición. El default. La devaluación y la pesificación. La gestión de Lavagna. El gobierno de Kirchner.

Código: 3.24

Espacio Curricular: METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL

El conocimiento científico. Ciencia, metodología y epistemología. Clasificación de las ciencias, objeto de estudio de las ciencias sociales. El método científico, distintas posturas: inductivismo, hipotético-deductivismo-falsacionismo, dialéctica, fenomenología. Perspectiva cuantitativa. Perspectiva Cualitativa. Lo multimetodológico. El proceso de Investigación. Proceso, diseño y proyecto de investigación. Vinculación entre teoría e investigación. La investigación en Comunicación Social. Construcción del objeto de estudio de la investigación. Tipos de investigaciones y su vinculación con el proceso y el diseño de investigación. La construcción del objeto como matriz de datos: unidad de análisis, variable, valor. La matriz de datos en la perspectiva cuantitativa, en la cualitativa y en la integración de métodos. La construcción del objeto y su vinculación al método y sus elementos: hipótesis, conjeturas, supuestos. La construcción del objeto y su dimensión epistemológica. Técnicas de recolección y análisis de datos. Técnicas cuantitativas: encuesta, cuestionario, entrevista estructurada y otras. Técnicas cualitativas: entrevista en profundidad, historia de vida, observación (distintos tipos), grupos focales, técnicas participativas y otras. Análisis estadísticos de datos, aproximación. Análisis de datos cualitativos: análisis de contenido, análisis de discurso.





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN Nº **5659** -1-

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. Nº 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

Código: 3.25

Espacio Curricular: DERECHO COMERCIAL

Contenido del Derecho de la Empresa. El Derecho Público y Privado. Relaciones del Derecho de la Empresa con las demás ramas del Derecho. Características del Derecho de la Empresa. Panorama de su contenido actual y futuro. El Derecho Empresario y los subsistemas de la empresa como organización. Las sociedades comerciales. Nociones sobre los distintos tipos societario. La creación de las sociedades comerciales. Órganos de administración y representación. Órganos de fiscalización. La finalización de la vida de las sociedades comerciales. Otras posibilidades de organización jurídica pluripersonal de la empresa. Aspectos jurídicos de la imagen corporativa. Nombre comercial, enseña y emblema. Marca de fábrica y de comercio. Régimen Legal. La protección jurídica de las innovaciones en la empresa. Propiedad industrial. Dibujos y modelos industriales. La propiedad industrial, comercial e intelectual. Licencias y transferencia de tecnología. Regulación jurídica para la protección de la lealtad comercial, para la protección de la lealtad comercial. El trabajo humano y las relaciones jurídicas que genera. Derecho individual y administrativo del trabajo. Crisis, insolvencia y cesación de pagos de las empresas. Los presupuestos concursales. Características principales del concurso preventivo y de quiebra. La integración y el comercio internacional. Comercio exterior y financiación internacional.

Código: 3.26

Espacio Curricular: LOCUCIÓN Y ORATORIA

Lograr lentitud en la lectura y por ende en la expresión de las ideas, articulación, vocalización y matices. Lectura: relato. Ejercicios de relajación, respiración, articulación, vocalización y proyección de la voz. Matices e inflexiones, con igual lentitud expresiva. Lectura: relato más aviso único. Ejercicios de relajación, respiración, articulación, vocalización y proyección de la voz. Modulación (seguridad, convicción e intencionalidad). Lectura: aviso único más tanda. Ejercicios de locución. Variación de velocidad. Lectura: aviso único más tanda más poema. Ejercicios de locución. Manejo de la voz. Frases que dan confianza. Beneficios de la respiración diafragmática. Vocabulario de la voz. Cualidades de la voz. Disfunciones ligadas a recortes, errores y dispersiones. Disfunciones por uso inadecuado del sistema de fonación. Consejos para la voz.





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN Nº **5659** -20-

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. Nº 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

Código: 3.27

Espacio Curricular: PUBLICIDAD Y ESTRATEGIA COMUNICACIONAL II

Relación medio y agencia de publicidad. Anunciante. Compra de espacio y tiempo en los Medios Masivos de Comunicación. La agencia como intermediario. Utilización de tarifas. Descuentos y bonificaciones. Contratación, Reservas y Anulaciones. Orden de publicidad. Comisión de agencia. Otras formas de comercialización de espacios publicitarios: los bróker o mayoristas y las alianzas entre agencias. Comprensión del nuevo escenario económico del mercado de los medios publicitarios en Argentina. Balseos Surgimiento de las Centrales de Medios. Fusión de departamentos de medios de distintas agencias. Operadores Internacionales. Grupos multimedia. Comprensión de las características actuales del mercado de los medios publicitarios en Argentina. Departamento de Medios, Roles y funciones. Organigramas. Características. Diferencias y similitudes. Estrategia y planificación de campañas gráficas. Mediciones de lectores. Estrategia y planificación de campañas audiovisuales. Mediciones de distintas formas de determinación del presupuesto publicitario. Asignación de inversión por sistemas de medios según objetivos de cobertura y frecuencia buscados. Resumen de inversión. Visualización de campaña. Presentación al cliente de la campaña completa. Medición de resultados alcanzados (Post campaña). Información: concepto, alcance. El valor de la información. Su ciclo de vida. Diferentes estructuras de información y documentación. Política nacional de información. Gestión: concepto. El proceso de gestión. Gestión de la información y de la documentación. Gestión del conocimiento. La gestión en las unidades de información. Planificación estratégica. Aplicación de la matriz FODA. Concepto de misión y visión. Distintos tipos de objetivos. Calidad: conceptos generales sobre calidad. Control de calidad: herramientas para su medición. Sistemas de calidad aplicados en unidades de información y documentación.

Código: 3.28

Espacio Curricular: PSICOLOGÍA INSTITUCIONAL

Historia de los modos de pensar lo psicosocial y lo institucional. Posibilidades e impedimentos que las diversas corrientes teóricas han impreso a los modos de resolución de los problemas institucionales. La construcción de perspectivas propias. Lo institucional más allá de la organización. Transversalidad. Lo institucional trascendente a los individuos. La institución en la cultura. La institución constitutiva de la subjetividad. El proceso de instituir. La institución del lenguaje. Sistemas de creencias y de valores. Las estructuras simbólicas y la construcción de las estructuras sociales. Imaginario institucional, fantasmas colectivos. Ideología. La interpretación. El lugar de las utopías y la ilusión, el lugar de la tradición y el mito. Héroes, emblemas y ritos.





Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta

RESOLUCIÓN N° 5659 -21-

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

Investimiento de los juegos sociales. La organización como concreción de un dispositivo social. Espacio, historia, posiciones, diferenciación de funciones y ordenamiento organizacional. El organigrama. Cultura organizacional. La tarea como organizador. Mantenimiento de la propia organización. La burocracia. Condiciones de trabajo. Prácticas instituidas en la vida social. El trabajo como institución. Identidad individual e identidad institucional, pertenencia. Censura y defensas. Temor al caos. Sufrimiento institucional. Inercia institucional. Interacción e intercambios. El conflicto. Campo, habitus. Juego de posiciones. Relaciones de poder. La delegación, la alineación. Autonomía y heteronomía. Violencia simbólica. Capital simbólico. La participación. La negociación. El tiempo. El cambio, lo duradero, la conservación, lo naturalizado, las crisis, situaciones disruptivas. Reproducción, diferenciación, distinción, exclusión. Transmisión intergeneracional. El espacio: tablero de juego de posiciones. Espacio Geográfico-espacio social-espacio psicológico. Apropiación de territorios. Perspectiva visual y control social. Distintas líneas de problematización, de conceptualización y de intervención institucional. Significación política de la intervención. Contratación y encuadre para el asesoramiento, el diagnóstico y la intervención. La demanda. Devolución e informes. La formación, teorías y concepciones pregnantes, el territorio laboral.

Código: 3.29

Espacio Curricular: MARKETING

La naturaleza de la mercadotecnia: los fundamentos del marketing. Campo de acción. Objetivo, misión y funciones del marketing. El marketing en la economía y en la empresa: el marketing y el cambio. El marketing y la comunicación. El marketing operativo. El marketing estratégico. El plan de marketing. La orientación al mercado. Etapas evolutivas del marketing. El ambiente del marketing. Las fuerzas económicas determinan la asignación de recursos. La ciencia y la tecnología pueden revolucionar las industrias. La estructura del departamento de marketing. Utilidad del marketing en distinto tipo de instituciones. La estrategia en el marketing. Planificación de mercadotecnia. La investigación de marketing. Clasificaciones de investigación. Etapas del proceso de investigación. El valor de la investigación. El mercado y la segmentación. El marketing y la satisfacción de necesidades: la noción de necesidad. Necesidad, deseo y demanda. Distintas necesidades. Tipología de las necesidades. El comportamiento del consumidor. Etapas del proceso de compra. Reconocimiento de la necesidad. Búsqueda de información. Evaluación de opciones. Proceso decisorio. Evaluación post-compra. Modelos de comportamiento del consumidor. La organización como consumidor. Conducta de compra organizacional. La mezcla de marketing. Decisiones sobre producto. Precio. Promociones y publicidad. Canales.

ST





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° **5659** -22

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

Código: 3.30

Espacio Curricular: ORGANIZACIÓN DE EVENTOS, PROTOCOLO Y CEREMONIAL

Organización de eventos. Definición y generalidades. Repercusión económica y tipología general de eventos. Ubicación de los principales centros de convenciones en Argentina y en el mundo. Proceso administrativo de las reuniones. Etapa mecánica. (Previsión – Planeación - Organización). Etapa dinámica. (Integración – Dirección - Control). Las primeras decisiones. Nombre y tema principal del evento. Forma y temática. Ciudad, fecha y sede. El material impreso. Papelería en general, programas y anuncios previos. Afiches. Talonarios de recibos. Fichas de inscripción. Tarjetas de invitación a eventos sociales. Expositores, auspicios y stands. Confección y envío de invitaciones en tiempo y forma a los expositores. El pedido de auspicios y la declaración de interés. Los stands. Difusión de los eventos. Momentos de la difusión. Objetivos y medios a emplear en cada uno. Publicidad gratuita. Prensa durante un evento. El proceso de inscripción. Forma de armado de secretaría. El valor de las cuotas registro. Recomendaciones para el manejo de fondos. El personal. Tipos de personal requerido para un evento. Cualidades. Formas de contratación y seguros. El evento. Controles previos. Encuestas de evaluación. Actividades posteriores al evento.

Código: 3.31

Espacio Curricular: RELACIONES INTERNACIONALES

Las Relaciones Internacionales como campo de estudio. Los orígenes. Su ubicación en el marco de las Ciencias Sociales. Evolución en relación con las transformaciones del orden mundial. Las Relaciones Internacionales en el contexto de globalización. El ámbito profesional de las Relaciones Internacionales. Análisis del Sistema Internacional. Los rasgos específicos, vinculación entre política interna y política internacional. La sociedad internacional. Los actores internacionales. Las Organizaciones Internacionales Gubernamentales en la política mundial. El marco de la acción internacional. Las interacciones: Procesos de cooperación, conflicto, armonía y discordia en la escena internacional. Enfoques de manejo del conflicto. De la prevención a la rehabilitación post bélica. La paz. Marcos analíticos de las Relaciones internacionales. Principales debates teóricos:

57





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° **5659** -23

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

reflexiones en torno de la metodología de análisis, las orientaciones en los estudios internacionales y los campos de aplicación y su impacto en la evolución teórica de la disciplina. Los dilemas en torno de la Estabilidad Internacional: la cuestión de Orden Internacional. Concepciones e Imágenes: de las restricciones del uso de la fuerza a la demanda de desarrollo, justicia y equidad. Mecanismos de orden: Balance de Poder y Seguridad Colectiva, Regímenes Internacionales y Derecho Cosmopolita. Reflexiones en torno del Nuevo Multilateralismo y el rol del Sistema de Naciones Unidas. Ética de las Relaciones Internacionales.

Código: 3.32

Espacio Curricular: PRÁCTICA PROFESIONAL II

Las transformaciones de la comunicación pública. Alcances de la auditoría. Conceptos teóricos de los públicos. El análisis de los públicos. El mapa de los públicos. Aspectos de la auditoría. Identigrama. Acciones de comunicación institucional. Comunicaciones a la comunidad. Comunicaciones a públicos específicos. Comunicaciones electrónicas. Comunicaciones en casos de crisis. Públicos. Posicionamiento frente a la competencia. Definición de problemas. Plan de comunicación: objetivos comunicacionales. Acciones de comunicación. Estrategia (medios, mensajes y públicos). Conclusiones. Fases de Planeamiento Estratégico.

Código: 3.33

Espacio Curricular: PRÁCTICA PROFESIONAL III

La Logística Organizativa. Normas para la organización protocolar de todo tipo de reuniones y actos. Formación del comité. Lista de chequeo y seguimiento: finalidad del acto o reunión. Invitados. Fechas y Horarios. Salones. Invitaciones. Programación de un acto o reunión. Oradores. Tarjeteo. Seguridad. Sanidad. Ornamentación. Prensa. Personal Auxiliar. Tecnología y Sonido. Traslados. Símbolos laicos y religiosos nacionales y extranjeros. Observaciones. Realización de trabajo de campo.

St



*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° **5659** -24

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

11.- RÉGIMEN DE CORRELATIVIDADES

Código	Asignatura	Para cursar debe tener Regular	Para Rendir debe tener Aprobado
1.01	Inglés	-	-
1.02	Filosofía	-	-
1.03	Informática I	-	-
1.04	Informática II	1.03	1.03
1.05	Inglés II	1.01	1.01
1.06	Estructura y Dinámica de las Organizaciones	-	-
1.07	Psicología General	-	-
1.08	Psicología Social	1.07	1.07
1.09	Administración de las Organizaciones	1.06	1.06
1.10	Teoría de la Comunicación I	-	-
1.11	Relaciones Públicas I	-	-
1.12	Relaciones Públicas II	1.10	1.10
2.13	Estadística Social	-	-
2.14	Economía	-	-
2.15	Teoría de la Comunicación II	1.10	1.10
2.16	Sociología	1.06-1.08	1.06-1.08
2.17	Publicidad y Estrategia Comunicacional I	1.10-1.11	1.10-1.11
2.18	Derecho Civil. Contratos	-	-
2.19	Comunicación e Imagen Institucional	2.15-2.17	2.15-2.17
2.20	Administración de Recursos Humanos	1.08-1.09	1.08-1.09
2.21	Taller de Redacción		
2.22	Práctica Profesional I	1.06-1.11	1.06-1.11
3.23	Historia Económica, Política y Social	2.16	2.16
3.24	Metodología y Técnicas de la Investigación Social	1.04-2.13	1.04-2.13
3.25	Derecho Comercial	2.18	2.18
3.26	Locución y Oratoria	-	-
3.27	Publicidad y Estrategia Comunicacional II	2.17	2.17
3.28	Psicología Institucional	1.08	1.08
3.29	Marketing	1.09-2.19	1.09-2.19
3.30	Organización de Eventos, Protocolo y Ceremonial	2.19	2.19
3.31	Relaciones Internacionales	1.12	1.12





*Ministerio de Educación
Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta*

RESOLUCIÓN N° **5659** -25 -

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA
Expte. N° 129-3088/07 Cpos. I y II Adj. Cpde. 1

Código	Asignatura	Para Cursar debe tener Regular	Para Rendir debe tener Aprobado
3.32	Práctica Profesional II	2.22	2.22
3.33	Práctica Profesional III	3.32	3.32



C.P.N. Roberto Dib Ashur
Ministro de Educación, Ciencia y Tecnología
Provincia de Salta