



RAWSON,

19 OCT 2018

VISTO:

El Expediente N° 1990 - ME - 18; y

CONSIDERANDO:

Que por el Expediente citado en el Visto, tramita la aprobación del Diseño Curricular de la Tecnicatura Superior en Relaciones Públicas presentada por el Instituto Superior Fundación en Altos Estudios en Ciencias Comerciales N° 1823 de la ciudad de Puerto Madryn y su implementación para las cohortes 2018, 2019 y 2020;

Que la Ley de Educación Superior N° 24.521, en los Artículos 3°, 4°, 5°, 15° y 17°, establece los criterios, objetivos y funciones de los Institutos de Educación Superior;

Que mediante Resolución ME N° 400/01 y su modificatoria Resolución ME N° 85/05, se aprobó la Normativa Provincial de Tecnicaturas Superiores;

Que en el marco de la Ley Nacional de Educación N° 26.206, la Ley de Educación Superior N° 24.521, la Ley de Educación Técnica Profesional N° 26.058 y las Resoluciones del Consejo Federal de Educación N° 229/14 y N° 295/16, se evaluó el Diseño de la Tecnicatura Superior en Relaciones Públicas, presentado por el Instituto Superior Fundación en Altos Estudios en Ciencias Comerciales N° 1823 de la ciudad de Puerto Madryn;

Que de fojas 48 a 50, consta el informe de la Comisión evaluadora sobre la Tecnicatura Superior en Relaciones Públicas, considerando aprobada la oferta académica de la carrera;

Que a foja 52, obra el Informe Técnico de la Dirección General de Educación Privada avalando el presente trámite;

Que debe exceptuarse el presente trámite del criterio de irretroactividad por aplicación del Artículo 32°, Punto 3 de la Ley I - N° 18;

Que es facultad de la Señora Ministro de Educación resolver al respecto;

POR ELLO:

LA MINISTRO DE EDUCACIÓN

RESUELVE:

Artículo 1°.- Aprobar el Diseño Curricular de la Tecnicatura Superior en Relaciones Públicas presentado por el Instituto Superior Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales N° 1823 de la ciudad de Puerto Madryn, que como Anexo I (Hojas 1 a 28) forma parte integrante de la presente Resolución, para las cohortes 2018, 2019 y 2020.

Artículo 2°.- Autorizar la implementación de la Tecnicatura Superior en Relaciones Públicas para las cohortes 2018, 2019 y 2020, en el Instituto Superior Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales N° 1823 de la ciudad de Puerto Madryn.

Artículo 3°.- Determinar que quienes cumplimenten los requisitos del Diseño Curricular de la carrera, se les otorgará el título de Técnico Superior en Relaciones

ES COPIA FIEL DEL ORIGINAL  
GLADIS E. BRANDT  
Jefa División Registro  
Depto. Registro y Verificación  
Ministerio de Educación



Públicas.

Artículo 4°.- Establecer que la presente autorización no lleva implícito el derecho a percibir aporte estatal de ninguna índole.

Artículo 5°.- La presente Resolución será refrendada por la Señora Subsecretaria de Coordinación Técnica Operativa de Instituciones Educativas y Supervisión.

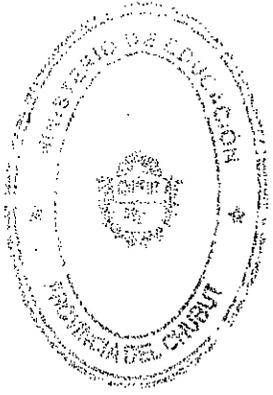
Artículo 6°.- Regístrese, tome conocimiento la Dirección General de Educación Privada, por el Departamento Registro y Verificaciones comuníquese a la Dirección General de Educación Superior, a la Dirección de Evaluación, Gestión de la Información e Investigación Educativa, al Departamento Títulos, Legalizaciones y Equivalencias, al Instituto Superior Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales N° 1823 de la ciudad de Puerto Madryn, al Centro Provincial de Información Educativa y cumplido. ARCHÍVESE.

Lic. Alejandra Ericka Von Borstel  
Subsecretaria de Coordinación Técnica  
Operativa de Instituciones  
Educativas y Supervisión  
Ministerio de Educación

Prof. Dra. María Cecilia  
Ministerio de Educación  
Gobierno de la Provincia de Chubut

462

RESOLUCIÓN ME N° \_\_\_\_\_



# **DISEÑO CURRICULAR DE LA TECNICATURA SUPERIOR EN RELACIONES PÚBLICAS**

1 + 462

Instituto Superior Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales  
Nº 1823- Puerto Madryn



ANEXO I

**1. Denominación del Proyecto:**

Tecnicatura Superior en Relaciones Públicas

**2. Información Institucional**

**2.1. Nombre de la Institución: FUNDACIÓN DE ALTOS ESTUDIOS EN CIENCIAS COMERCIALES.**

Representante Legal: Lic. Cristina Elizabeth Florentín.

DNI N° 14.997.436

cflorentin@lafundacion.edu.ar

.011-41244733

Apoderada Legal: Sra. Gabriela Pastore.

DNI N° 14.270.426

gabrielapastore@lafundacion.edu.ar

0280-154272459

Domicilio: Roberts 61, Puerto Madryn-Chubut (9120).

Sitio web: [www.lafundacion.edu.ar](http://www.lafundacion.edu.ar)

**2.2. Breve reseña histórica:**

La Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales, es una Institución incorporada a la enseñanza oficial, de nivel terciario, con una trayectoria de 60 años en el dictado de carreras empresariales fundada en la Ciudad de Buenos Aires. En la actualidad contamos con 16 carreras con titulación oficial. La mayoría de ellas posee articulación universitaria con la Universidad en Ciencias Empresariales y Sociales (UCES), ambas casas de estudios creadas y patrocinadas por la Asociación Dirigentes de Empresa (ADE).

A principios de marzo del año 2013, la Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales instala su primera sede del país en la ciudad de Puerto Madryn a instancia y gestión de la Cámara de Industria, Comercio, Producción y Turismo (CAMAD), que vislumbró una necesidad educativa en cuanto a carreras comerciales con títulos oficiales en la región.

La Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales ha sido creada con el objeto de fomentar y difundir el conocimiento de las disciplinas científicas y técnicas relacionadas con la producción, distribución y consumo de bienes y servicios, en todos sus aspectos, mediante la investigación, la enseñanza y la formación integral de profesionales en función de las necesidades del país y la comunidad y de su desarrollo económico, social y cultural.

Hoy la Fundación es un centro educativo cuyo prestigio ha trascendido las fronteras del país.



El plantel de profesores posee una formación específica que le permite acompañar la evaluación del estudiante en todas sus manifestaciones. Además los planes de estudios se diseñaron para capacitar de una manera realista a los alumnos y para que luego de su graduación puedan insertarse eficientemente en el mercado laboral.

### 2.3 Nivel de Enseñanza: Educación Superior no Universitaria

### 3. Responsables directos de la aplicación del proyecto: Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales (A-824)

Rector: Lic. Juan José Ocampo

DNI 24.603.879

rectorado@lafundacion.edu.ar

Directora de Estudios: Lic. Alicia Rodríguez

DNI 12.859.939

arodriguez@lafundacion.edu.ar

### 4. Justificación de la necesidad y oportunidad de la propuesta formativa

En los últimos años se produjeron un conjunto de cambios en nuestra sociedad que se expresan, tanto a nivel de la estructura productiva y de los servicios de las empresas, como a nivel de intereses y expectativas de la población de manera tal que, siendo los escenarios esencialmente cambiantes, también lo son las estrategias y las acciones de las empresas.

El sector de las Relaciones Públicas es reconocido, internacionalmente como el área de ejecución de un programa de acción, comunicación para provocar la comprensión y la aceptación del público. Las relaciones públicas pueden ser generadoras de importantes negocios, como también brindar la posibilidad de relacionar más estrechamente a grupos humanos o de exaltar la sensibilidad ante motivaciones culturales o religiosas.

En todo caso, para obtener éxito en esa relación es fundamental cumplimentarla profesionalmente, ya que siempre requieren una adecuada planificación, de esta manera podrán satisfacer las distintas pretensiones de las organizaciones y el público al que se direcciona. Fernández Escalante, Fernando dice: *"las relaciones públicas no sólo fueron la segunda herramienta, cronológicamente, en ayudar a las empresas a comunicarse con su públicos, sino que desde el principio aspiraron a cumplir, ellas solas, el cometido que hoy se le asigna, mediante la integración de varias disciplinas afines, a la comunicación institucional."*

Las relaciones públicas actúan como catalizadores de un proceso de comunicación e interacción cada vez más necesario para el éxito de las iniciativas empresariales, públicas o individuales. En esta perspectiva, la profesionalización de los recursos



humanos abocados a las relaciones públicas, se transforma en un imperativo, tanto para el logro de objetivos de eficacia económica como de integración social y cultural. En esta perspectiva se encuadra el planteo de la carrera de "Técnico Superior en Relaciones Públicas", que la realidad de los mercados y la interacción de los distintos públicos y profesiones determinan como necesaria. Simón Raymond dice: *"La Relaciones Públicas son en sí, una función administrativa que evalúa la actitud del público, identificando la políticas y los procedimientos de un individuo o de una organización con el interés del público y lleva a cabo un programa de acción destinada o atraerse la comprensión y la aceptación del público"*

En los últimos años se produjeron un conjunto de cambios en nuestra sociedad que se expresan, tanto a nivel de la estructura productiva y de los servicios de las empresas como a nivel de intereses y expectativas de la población. De manera tal que, siendo los escenarios esencialmente cambiantes, también los son las estrategias y las acciones de las empresas.

Por otra parte, la internacionalización y el manejo de la información en sus distintos medios; derivaron en la aparición de mercados consumidores o usuarios con elevados niveles de exigencias y competitividad. Los distintos públicos demandan la calidad, presentación, diferenciación, excelencia. Por ello se requiere que los relacionistas públicos sean profesionales con capacidades técnicas como para responder a las exigencias que hoy los distintos ambientes requieren. Illesca, Washington dice: *"un cambio para las sociedades del mundo que nos exigirá creatividad, ingenio, acción y planificación"*

Los técnicos en Relaciones Públicas deberán crear y llevar a cabo con excelencia, acciones dirigidas a diversos públicos tanto empresariales, gubernamentales, relacionados con instituciones intermedias y con entidades sin fines de lucro, en función de nexo entre las organizaciones y los públicos consumidores.

Los profesionales especializados en las Relaciones Públicas deberán comprender acabadamente los objetivos empresariales para ser capaces de generar esquemas organizacionales y presentaciones significativas desde el punto de vista comunicacional. Simón Raymond dice: *"las Relaciones Públicas es la aplicación de un programa de comunicaciones y sustento entre una organización y aquellos que tengo la posibilidad de influir en su éxito"*

La carrera de "Técnico Superior en Relaciones Públicas" que presentamos, llevara a los aspirantes al logro de todos esos objetivos

##### **5. Marco teórico que fundamenta la propuesta:**

Edward Hopper, expresa en su teoría la relación que existe entre los sistemas de educación y el sistema de movilidad social, sosteniendo que cuanto mayor es la



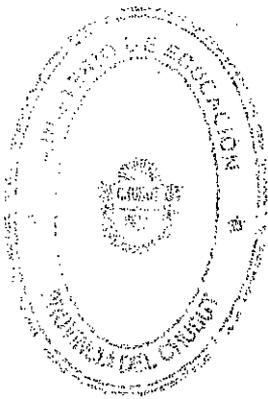
educación de la persona más preparada está para brindar experiencia específica a la sociedad.

Es por ello que la formación de profesionales en el ámbito del nivel superior, debe proporcionar habilidades cognitivas de reflexión y pensamiento crítico y habilidades para aplicar los conocimientos teóricos a problemas prácticos, responsabilidad profesional, capacidad de continuo aprendizaje.

El proyecto educativo que desarrolla la institución se propone formar profesionales aptos para desempeñarse en los distintos ámbitos de la sociedad actual, fomentando el interés por el conocimiento a lo largo de la vida y el perfeccionamiento permanente. La constante actualización de los programas de estudio, de la mano oportuna brindada por las leyes educativas sancionadas recientemente, motivan esta presentación del plan de estudios que, es pertinente aclarar, conserva los aprendizajes logrados en los años de trayectoria de la institución. Uno de estos es la articulación tanto vertical como horizontal con otros programas, que facilita la movilidad de los alumnos entre distintos espacios, instituciones y programas y genera trayectorias formativas que acompañan los proyectos de vida de las personas. Otro aprendizaje consolidado a través de los años es el vínculo con el sector productivo, factor clave para contribuir con el desarrollo sustentable del país y para fortalecer en los jóvenes y adultos en formación la cultura del trabajo. A través del trabajo cooperativo con organizaciones de la sociedad civil, el desarrollo integral de los alumnos y de las alumnas se enriquece y se promueve su crecimiento personal, laboral y comunitario.

De esta manera, las capacidades profesionales y los saberes aprendidos en la institución les permiten a los alumnos insertarse en el mundo laboral con un fuerte compromiso tanto con su potencial para continuar aprendiendo durante toda su vida como con su comunidad y las posibilidades de cambio que puede gestar en ella. *Jorge Castex y Juan Carlos Grassi dicen: "los congresos son reuniones de personas especializadas en un tema de interés general o particular, cuyo propósito es compartir e intercambiar información, debatir cuestiones prefijadas o encontrar soluciones dentro de un campo de estudio determinado, a través de una fusión de ideas, opiniones y experiencias, provenientes de especialistas altamente capacitados."*

Las capacidades profesionales a las que se hace referencia se enmarcan en las competencias genéricas y competencias específicas (Díaz Barriga, 2005) cuya búsqueda y fortalecimiento conduce el plan de estudios. Entre las primeras se destacan las competencias para el aprendizaje permanente - aprender para asumir y dirigir el propio aprendizaje a lo largo de la vida; movilizar los diversos saberes culturales, científicos y tecnológicos para comprender la realidad-, las competencias para el manejo de la información -búsqueda, evaluación y sistematización de información; pensar, reflexionar, argumentar y expresar juicios críticos; analizar,



sintetizar y utilizar información; conocimiento y manejo de distintas lógicas de construcción del conocimiento en diversas disciplinas y en los distintos ámbitos culturales-, las competencias para el manejo de situaciones -organizar y diseñar proyectos de vida; propiciar cambios y afrontar los que se presenten; tomar decisiones y asumir las consecuencias; enfrentar el riesgo y la incertidumbre; plantear procedimientos o alternativas para la resolución de problemas- y las competencias para la convivencia -relacionarse armónicamente con otros y con la naturaleza; trabajar en equipo; tomar acuerdos y negociar con otros; crecer con otros; desarrollar la identidad personal, y reconocer y valorar los elementos de la diversidad étnica, cultural y lingüística que caracterizan a nuestro país-. Las competencias específicas dialogan con las antes mencionadas y se focalizan en las herramientas, usos y concepciones particulares de las Relaciones Públicas y las disciplinas que lo componen y/o auxilian.

#### 6. Normativa

- Ley de Educación Nacional N° 26.206
- Ley de Educación Superior N° 24.521
- Ley de Educación Técnico Profesional N° 26.058
- Resolución CFE N° 13/08 – Títulos y Certificados de la Educación Técnico profesional.
- Resolución ME N° 400/01 Jurisdiccional
- Resolución ME N° 85/05 Jurisdiccional, modificación de la Res. ME N° 400/01
- Disposición DGEP N° 05/02: Documentación a cumplimentar para solicitar aprobación de planes de estudios.
- Resolución MEN N° 158/14 "Validación Nacional de Títulos"
- Resolución CFE N° 229/14 "Criterios Federales para la Organización Institucional y Lineamientos Curriculares de la Educación Técnico Profesional de Nivel Secundario y Superior"

#### Bibliografía específica.

- Aguilar, J. y Block, A. 1977. **Planeamiento escolar y formulación de proyectos**. Editorial Trillas. México.
- Cabrera, F. y otros. 1986. **Evaluación y medición educativa**. P.P.U. Barcelona,
- Domínguez, Z. 1977. **Módulos para medir y evaluar la educación**. Narcea. Madrid.
- Laforucada, P. 1982. **La evaluación en organizaciones educativas centradas en logros**. Editorial Trillas. México.
- Nuttin, J. 1985. **Théorie de la Motivation Humaine**. P.U.F. Barcelona.



- Fernández Escalante, Fernando M. 1974. **Relaciones Públicas**. Editorial Macchi. Buenos Aires. Argentina.
- Villegas, Juan José. 1995. **Relaciones Públicas para Profesionales y Comerciantes**. Editorial Valetta. Barcelona.
- Simon, Raymond. 1997. **Relaciones Públicas**. Noriega Editores. México.
- Illesca, Washintong D. 1992. **Cómo plantear las Relaciones Públicas**. Ediciones Macchi. Buenos Aires. Argentina.
- Tristany, Rogelio E. y Tristany, Marta S. de. 1994. **Ceremonial Práctico**. El Ateneo. Buenos Aires.
- Harold, E. 1989. **Diseño y compaginación de la prensa diaria**. Editorial Gilli. Barcelona.
- Kleppner, Otto. 1994. 12º edición. **Publicidad**. Editorial Prentice Hall. México.
- De Mateo, Rosario. 1984. **Periodismo Empresarial**. Editorial Mitre. Barcelona.
- AviliaLammertyn, R.; (1999); RR.PP. Estrategias y Tácticas de Comunicación Integradora; Tercera Edición; Bs. As.; Editorial Revista Imagen.
- Bartoli, Annie: (1992) Comunicación y Organización. Edt. Paidós Empresa. Barcelona.
- Campoy Aranda T. y Gomes Araújo E. (2009); Manual básico para la realización de tesinas, tesis y trabajos de investigación; Madrid; Ed. EOS
- Capriotti, P.; (1992); La imagen de empresa. Estrategia para una comunicación integrada; Primera edición; Barcelona; Editorial Consejo Superior de Relaciones Públicas de España.
- Cutlip, Scott M. (2000); Relaciones Públicas Eficaces. Madrid: Gestión.
- Davis, K. y Newstrom, J. (1999); Comportamiento humano en el trabajo. México: Mc Graw Hill.
- Donnelly, J., Gibson J. e Ivancevich, J.; (1994); dirección y administración de empresas
- Fernandez, C.,(1999) La Comunicación en las Organizaciones. Editorial Trillas, México.
- Gruning, James E. y Hunt, Todd (2000); Dirección de las Relaciones Públicas, Gestión 2000: Barcelona.
- Merlino, Aldo (2009) Investigación cualitativa en Ciencias Sociales. Temas problemas y aplicaciones. Buenos Aires:
- Muriel, María Luisa; Gilda ROTA; (1980); Comunicación Institucional: Enfoque Social de las Relaciones Públicas. Editora Andina, Quito.
- Vieytes, R.; (2004); Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad. Epistemología y técnicas.
- Wilcox, Dennis L; Cameron, G. T.; Xifra, J; (2006): Relaciones Públicas - estrategias y tácticas. Ed. Pearson. Educación.



## 7. Propuesta de Plan de Estudios y Estructura curricular

### a) Denominación de plan de estudios:

Tecnicatura Superior en Relaciones Públicas.

### b) Título que otorga: Técnico Superior en Relaciones Públicas.

### c) Características generales:

c.1- Nivel: Educación Superior no Universitaria

c.2- Modalidad: Presencial

c.3- Familia profesional: Servicios Culturales y a la Comunidad.

c.4- Figura profesional: Técnico Superior en Relaciones Públicas

### d) Duración total del plan de estudios:

d.1- Horas reloj: 1600

d.2- Horas cátedras: 2400

d.3- Años de estudios: 3 años

e) **Condiciones de ingreso**: Título Secundario Completo de nivel Medio, Polimodal. Mayores de 25 años que sin poseer Título de nivel Medio, Polimodal o Secundario rindan examen, de acuerdo a lo establecido por Resolución ME N° 616/07.

### f) Descripción del perfil del egresado:

El "Técnico Superior en Relaciones Públicas" es un profesional capacitado para:

- Relacionar los diversos públicos y las organizaciones.
- Mantener contacto con la prensa. Generar y mantener un vínculo con la prensa
- Hacer convocatorias a los distintos medios de difusión.
- Desarrollar estrategias de comunicación interna y externa
- Establecer metodologías de investigación. en cuanto a la comunicación
- Interactuar con profesionales de diversas áreas en los distintos niveles jerárquicos de una organización. generando networking, fortaleciendo vínculos que favorezcan a su cliente
- Investigar el mercado para recabar información. Realizar sondeos de opinión, encuestas, observaciones y diversas técnicas para obtener información de acuerdo a tendencias, necesidades, problemáticas, etc.
- Desarrollar campañas de difusión.
- Implementar campañas de imagen.
- Realizar sondeos y medición de resultados de públicos internos/ externos.
- Diseñar planes comunicacionales hacia diversos públicos. Planificar, gestionar y/o ejecutar planes de comunicación: interna o externa, de RSE, o comunicación en tiempos de crisis.

462



- Participar en campañas publicitarias.
- Organizar eventos.
- Participar en campañas de lanzamiento de nuevos productos. Participar o crear
- Comunicador con consumidores, posibles clientes y públicos en general. Actuar de nexo entre los diferentes públicos
- Planificar estrategias de relaciones públicas.
- Asesorar sobre campañas de comunicación estratégicas.

#### **g) Alcances del título:**

El título de "Técnico Superior Relaciones Públicas", habilita al egresado para desempeñarse en cámaras de comercio exterior, cámaras binacionales, empresas de marketing y de publicidad, áreas o departamentos especializados de empresas privadas u organismos oficiales proveedoras de servicios de comunicación. Podrá desempeñarse, también, en forma independiente en su propia empresa como emprendedor (agencia de RRPP., consultora)

Sea el puesto de trabajo que sea, un RRPP siempre va a estar aplicando las técnicas y herramientas aprendidas, en cuanto a planificación, gestión y control de cuestiones vinculadas a la comunicación. Siempre vamos a estar creando y generando vínculos.

#### **h) Finalidades y objetivos**

##### **h.1 Finalidad:**

El proyecto tiene como finalidad formar profesionales que, a partir del aprendizaje de conocimientos teórico-prácticos propios del campo de las Relaciones Públicas, puedan desempeñarse promoviendo la asociación de esfuerzos entre profesionales, empresas, cámaras y asociaciones que regulan la actividad y la comunidad.

##### **h.2 Objetivos:** el proyecto ofrece:

###### **- A los alumnos:**

- La obtención de conocimientos teórico-prácticos, fundamentales para el desarrollo de su vocación y actividad profesional
- Capacidad de observación y análisis para asesorar de acuerdo a objetivos mensurables y a un plan de trabajo pormenorizado.
- El manejo de las reglamentaciones y técnicas apropiadas en cada caso particular.

###### **- A la comunidad**

- Aportar la formación de profesionales capacitados en el área específica de las relaciones públicas.



- Formar profesionales que comprendan e interpreten las realidades de la comunidad para entablar la comunicación permanente entre los hoteles o empresas, con sus diferentes interlocutores, colaborando así en el funcionamiento de las relaciones humanas dentro de la sociedad.
- Fortalecer el desarrollo de jóvenes y adultos en el mundo del conocimiento a partir de su vinculación profesional con el sector laboral, generando un espacio integral de formación.
- Formar un profesional que priorice la transparencia comercial, el bien público y la responsabilidad social tanto en los mensajes que elabore como en los medios que seleccione para emitirlos.

**- Al sistema educativo:**

- Consolidar su estructura educativa, a partir de instituciones con clara vocación de enseñanza.
- Facilitar la articulación en la educación superior universitaria.
- Estimular la formación de profesionales para el desarrollo del país y de la región.
- Fortalecer el aprendizaje permanente de las personas para su pleno desarrollo intelectual en el mundo actual y para el mejoramiento de su calidad de vida, tanto social como económicamente.

**i). Organizadores curriculares**

**i.1 Denominación de los organizadores curriculares**

Campo de Formación General:

**Finalidad:** Abordar aprendizajes de conocimientos que posibiliten la participación activa, reflexiva y crítica en los diversos ámbitos laborales y socioculturales y el desarrollo de una actitud ética en la tarea profesional.

**Objetivos:**

- Enriquecer los conocimientos básicos que poseen los alumnos.
- Desarrollar la capacidad de observación y análisis en el alumno
- Asumir una actitud crítica frente a los valores que legitiman la profesión.

Campo de Formación de Fundamento:

**Finalidad:** Abordar los saberes científico-tecnológicos y socioculturales que otorgan sostén a los conocimientos, habilidades, destrezas, valores y actitudes propios de las relaciones públicas.



**Objetivos:**

- Estructurar saberes destinados a comprender los contenidos y los fundamentos de los mismos, los cuales serán sustento de las asignaturas del área de formación específica.
- Articular los saberes con la problemática del campo profesional.
- Analizar y ejercitar los conceptos y las metodologías necesarias para el desarrollo de tareas específicas en los relacionistas públicos.

Área de Formación de Específica:

**Finalidad:** Abordar los saberes propios de los Técnicos en Relaciones Públicas, así como también la contextualización de los saberes necesarios para desempeñarse como Profesionales competentes.

**Objetivos:**

- Proporcionar los conocimientos y habilidades para planificar y organizar las secuencias que componen el proceso de las Relaciones Públicas.
- Aplicar las técnicas y metodologías requeridas en cada área profesional.
- Desarrollar los saberes requeridos para el desempeño laboral en las tareas y funciones delineadas en el perfil del egresado.

Campo de Formación de la Práctica Profesionalizante:

**Finalidad:** Integrar y contrastar en la práctica los saberes adquiridos, articular la teoría con la práctica, a través del acercamiento de los estudiantes a situaciones reales de trabajo.

**Objetivos:**

- Posibilitar un ámbito simulado, que anticipe criterios que orientan la práctica.
- Adquirir habilidades y competencias que optimicen la articulación con el campo laboral.
- Formular un espacio que posibilite una práctica profesional de manera ordenada y racional.

	Campo Formación General	Campo de Formación de Fundamento	Campo de Formación Específica	Campo de la Práctica Profesionalizante
Total por campo en horas cátedras	224	672	1120	384



Total por campo en horas reloj	149	448	747	256
Total de la carrera en horas cátedra/reloj	2400 horas cátedras/1600 horas reloj			
Porcentaje por Campo	9%	28%	47%	16%

j) Secuencia de Implementación:

**PRIMER AÑO**

Espacios curriculares		Horas Cátedra semanales	Actividades Práctica Formativas	Horas cátedras Totales
Códigos				
<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>				
1	Introducción a las Relaciones Públicas	4		96
2	Comunicaciones	4		64
3	Oratoria	4		64
4	Técnicas de Redacción	4		64
5	Derecho Empresario	4		64
<b>Totales parciales 1º cuatrim</b>		<b>20</b>		<b>352</b>
<b>Segundo Cuatrimestre</b>				
6	Relación con Públicos Externos	4		128
7	Medios Gráficos y Audiovisuales	4		64
8	Sociología	4		64
9	Psicología	4		64
10	Administración de Empresas	4		64
<b>Totales parciales 2º cuatrim</b>		<b>20</b>		<b>384</b>

**SEGUNDO AÑO**

Espacios curriculares		Horas Cátedra semanales	Actividades Prácticas Formativa	Horas Cátedra Total
<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>				
11	Práctica Profesionalizante en: Relación con Públicos Internos	4		184



12	Protocolo y Ceremonial	4		64
13	Marketing	4		96
14	Finanzas y Presupuestos	4		64
15	Estadística Aplicada	4		96
<b>Totales parciales 1° cuatrim</b>		<b>20</b>		<b>504</b>
<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>				
16	Prensa y Difusión	4		64
17	Metodología de la Investigación	4		96
18	Gestión de Relaciones Públicas	4		64
19	Publicidad y Promoción	4		64
20	Desarrollo Gerencial	4		64
<b>Totales parciales 2° cuatrim</b>		<b>16</b>		<b>352</b>

**TERCER AÑO**

Espacios curriculares		Horas Cátedra semanales	Actividades Práctica Formativas	Horas Cátedra Total
<b>PRIMER CUATRIMESTRE</b>				
21	Relaciones Institucionales	4		96
22	Recursos Humanos	4		64
23	Comercio Internacional	4		64
24	Ciencia Política	4		64
25	Organización de Eventos	4		64
<b>Totales parciales 1° cuatrim</b>		<b>20</b>		<b>352</b>
<b>SEGUNDO CUATRIMESTRE</b>				
26	Opinión Pública	4		64
27	Relaciones Públicas Internacionales	4		64
28	Ética y Deontología Profesional	4		64
29	Práctica Profesionalizante en: Proyecto Integrador Final	4		200
30	Dirección Estratégica	4		64
<b>Totales parciales 2° cuatrim</b>		<b>16</b>		<b>456</b>

**RESUMEN CARGA HORARIA TOTAL DE LA CARRERA**

Primer Año	En horas cátedras: 736	En horas reloj: 491
Segundo Año	En horas cátedras: 856	En horas reloj: 571
Tercer Año	En horas cátedras: 808	En horas reloj: 538



<b>Total General</b>	<b>En horas cátedras: 2400</b>	<b>En horas reloj: 1600</b>
----------------------	--------------------------------	-----------------------------

Campo formativo	Horas cátedra	%	Prácticas Formativas	
			hs. cátedra	%
Formación General	224	9%	665	33%
Formación de Fundamento	672	28%		
Formación Específica	1120	47%		
		45%		
Prácticas Profesionalizantes	384	16%		
<b>Total</b>	<b>2.400</b>	<b>100,00</b>		

**k) Descripción de los espacios curriculares:**

**1. Introducción a las Relaciones Públicas**

Objetivos

Comprender la importancia de las relaciones públicas y sus diferentes ámbitos de aplicación

Manejar los conceptos y técnicas de las relaciones públicas, para favorecer la mejor comprensión y colaboración recíproca entre personas u organismos.

Contenidos mínimos:

Los principios de las Relaciones Públicas. La teoría de la opinión pública. La comunicación. La planificación. Los medios de difusión. La Organización de las técnicas auxiliares. La importancia de las relaciones públicas en las organizaciones.

Trabajo autónomo

A partir de una guía, se realizará un trabajo de investigación analizando las prácticas de la profesión.

Perfil Docente: Lic. En Relaciones Públicas; Técnico Superior en Relaciones Públicas, Lic. en Comunicación.

**2. Comunicaciones**

Objetivos

Identificar la importancia de las comunicaciones en la dinámica interacción de las organizaciones.

Comprender el valor de las comunicaciones.

Determinar los objetivos de las comunicaciones, supervisar la ejecución de las acciones desarrolladas para cumplirlos y evaluar los resultados obtenidos.

Contenidos mínimos

Análisis estructural de las comunicaciones comerciales e institucionales. Objetivos y estrategias de las comunicaciones. Proceso comunicacional. Tipos de comunicación,



soportes de comunicación interna y externa. Públicos. Tipos de públicos y sus cualidades.

Actividades Prácticas Formativas: 64 hs. A partir de una guía orientadora el alumno desarrollará etapas prácticas aplicando las técnicas adquiridas.

Perfil Docente: Lic. En Relaciones Públicas. Lic. En Comunicación Social. Técnico Superior en Relaciones Públicas.

### 3. Oratoria

#### Objetivos

Adquirir elementos que perfeccionen la expresión dialéctica en sentido oral.

Diseñar estrategias para su aplicación a la defensa de proyectos profesionales.

Reconocer la relevancia de la palabra como medio de expresión de un mensaje en el proceso comunicacional.

#### Contenidos mínimos:

La palabra. Importancia del mensaje en el proceso de comunicación. El medio y el mensaje. La argumentación. El discurso. Persuasión. Lenguaje corporal, lenguaje verbal y no verbal. Miedo escénico. La voz y sus componentes. La audiencia. Imagen de un orador

Perfil Docente: Lic. En Letras. Profesora en Letras. Lic. en Comunicación Social. Prof. en Comunicación Social.

### 4. Técnicas de Redacción

#### Objetivos

Identificar variables que mejoran la expresión escrita y su aplicación profesional

Lograr manejar distintas técnicas de redacción y su aplicación en el proceso comunicacional

#### Contenidos mínimos:

El mensaje; tipos, formas, objetivos, contenidos e imagen. Escritura personal e impersonal. Los estilos y los géneros. Análisis de la información escrita. Escritura formativa y creativa. Como generar o buscar inspiración.

Actividades Prácticas Formativas: 64 hs. A partir de una guía orientadora el alumno desarrollará etapas prácticas aplicando las técnicas adquiridas.

Perfil Docente: Lic. En Letras. Profesora en Letras. Lic. en Comunicación Social. Prof. en Comunicación Social.

### 5. Derecho Empresario

#### Objetivos:

Identificar los principales conceptos del derecho aplicado a la actividad empresaria



Conocer las instituciones básicas de la legislación comercial, constitucional y civil e identificar, para cada caso específico, el instrumento legal que debe utilizarse.

Contenidos mínimos:

La filosofía del Derecho. La Constitución Nacional. El derecho civil. El derecho comercial. Los contratos comerciales. Los contratos de empresa. La sociedad comercial. El derecho laboral.

Perfil Docente: Abogado. Doctores en Derecho

## 6. Relación con Públicos Externos

Objetivos

Identificar las variables que operan en la relación con públicos externos a la organización.

Comprender las relaciones que se plantean entre las organizaciones de los diferentes sectores.

Contenidos mínimos:

Política institucional. Relación con distintos sectores y su gravitación social. Relación con la comunidad. Relaciones Públicas y medios de prensa. Relación con organismos gubernamentales.

Trabajo Autónomo

Investigar como se comportan los públicos externos en diferentes tipos de organizaciones. Analizar a partir de la investigación el vínculo de la organización seleccionada con otros públicos atendiendo las diversas particularidades e instrumentos de comunicación que se utilizan. Analizar como se facilitan en la interacción la construcción de la imagen corporativa de la empresa.

Perfil Docente: Lic. En Relaciones Públicas; Técnico Superior en Relaciones Públicas, Lic. en Comunicación.

## 7. Medios Gráficos y Audiovisuales

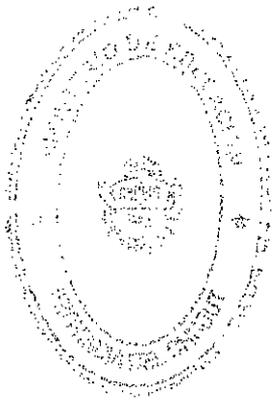
Objetivos:

Incorporar técnicas para el diseño audiovisual de las piezas intervinientes en las relaciones públicas.

Adquirir los conocimientos básicos sobre diseño y comunicación visual y desarrollar la capacidad de análisis crítico y "management" creativo.

Contenidos mínimos:

El lenguaje de la visión. La sensación, la percepción y la comunicación. La producción gráfica. Las presentaciones. Imagen e identidad. El diseño audiovisual. El diseño de Multimedia. Comunicaciones empresario- institucionales. Herramientas de diseño: photoshop-illustrator-canva, etc. Cómo atraer clientes en las redes sociales, a través de elementos audiovisuales (youtube, instagram, facebook, etc.)



Actividades Prácticas Formativas: 64 hs. cátedras. El alumno deberá investigar diferentes corrientes artísticas y su influencia en el diseño de diferentes categorías en las relaciones públicas.

Perfil Docente: Arquitectos. Técnico Superior en Diseño Gráfico. Diseñadores Gráficos.

## 8. Sociología

### Objetivos:

Identificar componentes que interactúan en las relaciones grupales y su impacto organizacional.

Analizar las organizaciones como objetos microsociológicos en los cuales se cumplen las mismas leyes de reproducción y cambio que en los fenómenos macrosociológicos.

### Contenidos Mínimos:

La sociología como ciencia. Definición de su objeto. Lo microsocial y lo macrosocial. Los paradigmas para pensar la organización social. La organización como sistema de acción. División técnica y social del trabajo. Poder y dominio.

Perfil Docente: Lic. en Sociología. Prof. en Sociología. Lic. en Psicología.

## 9. Psicología

### Objetivos

Reconocer variables psicológicas que impactan en las relaciones de los individuos y su afectación organizacional.

Desarrollar el estudio científico de las teorías que analizan los grupos humanos formales e informales, sus orientaciones y transformaciones actitudinales.

### Contenidos Mínimos:

Socialización. El yo social (self). Atribuciones y percepciones sociales. Actitudes y cambio actitudinal. Los grupos: motivación y liderazgo. El sociograma grupal. Mediciones de actitudes. Test psicométricos y proyectivos.

Perfil Docente: Lic. en Psicología. Prof. en Psicología. Lic. en Psicología.

## 10. Administración de Empresas

### Objetivos

Comprender la dinámica empresarial y la visión de negocios aplicada a las organizaciones.

Comprender la realidad empresarial y los factores que influyen en su conducción y que adquiera una visión integradora de la empresa. Que identifique y defina los elementos constitutivos de la empresa.



### Contenidos mínimos

Planeamiento y administración. Estructuras y organizaciones flexibles. Integración de personal. Dirección y control. Enfoques modernos de la administración de negocios. Nuevas formas de trabajar: emprendedurismo, freelancers, etc.

Actividades Prácticas Formativas: 64 hs. cátedras Análisis de Casos sobre la Planificación Estratégica en diferentes tipologías de organizaciones.

Perfil Docente: Contadores Públicos. Lic. En Administración. Técnico Superior en Administración de Empresas.

## **11. Práctica Profesionalizante en: Relación con Públicos Internos**

### Objetivos

Identificar las variables que operan en la relación con públicos que internamente operan en la organización.

Interpretar el comportamiento de los recursos humanos y sus relaciones dentro de las organizaciones.

### Contenidos mínimos:

Origen y desarrollo de las relaciones humanas en la empresa. Liderazgo y conflicto. Comunicaciones internas. Distintos medios de comunicación empresarial. Aspectos legales de las relaciones laborales. Aplicación de soportes de comunicación interna

### Metodología

Desarrollar un trabajo de investigación dentro de una organización relacionado con el manejo de los públicos internos basándose en el planeamiento. Implementar un estudio de campo relacionado con la técnica de la entrevista a una persona clave en la organización bajo análisis. Realizar una visita guiada, capacitación y obtención de documentos de la comunicación. A partir de la información realizar un diagnóstico y diseñar las posibles acciones a realizar.

Perfil Docente: Lic. En Relaciones Públicas; Técnico Superior en Relaciones Públicas, Lic. en Comunicación.

## **12. Protocolo y Ceremonial**

### Objetivos

Reconocer las normas de protocolo y ceremonial público y privado aplicables a las relaciones públicas.

Conocer las técnicas relativas al uso, práctica y formalidades de las ceremonias.

Aplicar el conjunto de reglas que rigen el protocolo.

### Contenidos mínimos:

El ceremonial, el protocolo y la etiqueta. La precedencia. El armado de las mesas. El ceremonial público. La representación diplomática y la consular. El ceremonial argentino. El ceremonial en las relaciones públicas. El ceremonial social.



Actividades Prácticas Formativas: 64 Hs. cátedras el alumno deberá asistir a eventos de las distintas tipologías, y elaborar un informe de acuerdo al contenido abordado en el programa de la asignatura.

Perfil Docente: Técnico Superior en Protocolo y Ceremonial. Técnico en Organización de Eventos.

### **13. Marketing**

#### Objetivos

Reconocer los fundamentos de la actividad comercial para aplicar al desarrollo de planes estratégicos para las organizaciones.

Comprender el objeto, la necesidad y el funcionamiento de la comercialización.

Adquirir los conocimientos necesarios para elaborar estrategias competitivas.

#### Contenidos mínimos:

Introducción a la comercialización. La planificación comercial. Comportamiento del consumidor. Segmentación del mercado. Producto. Precio. Canales de distribución. La promoción. La estrategia competitiva. La investigación de mercado. Marketing Digital.

Actividades Práctica Formativas: 75 hs. cátedras. El alumno deberá relevar información de acciones comerciales diseñadas para la comercialización de las relaciones públicas internacionales y nacionales.

Perfil Docente: Lic. en Marketing. Técnico Superior en Marketing.

### **14. Finanzas y Presupuestos**

#### Objetivos

Comprender las variables de costos y el diseño del presupuesto económico- financiero para un evento.

Conocer los distintos factores que intervienen en la elaboración del presupuesto económico y financiero.

#### Contenidos mínimos:

La relación planeamiento y el presupuesto. Los sistemas presupuestarios. Análisis de costos. Presupuesto base cero.

Perfil Docente: Contadores Públicos. Lic. En Administración. Técnico Superior en Administración de Empresas. Lic. en Finanzas, Técnico Superior en Análisis Financiero.

### **15. Estadística Aplicada**

#### Objetivos

Identificar los conceptos de la ciencia para aplicar al análisis de la información.

Aplicar los resultados del análisis a la toma de decisiones.



### Contenidos

Estadística descriptiva. Metodología de exposición de la información. Probabilidades. Distribuciones muestrales. Desarrollo de hipótesis. Elaboración de pronósticos.

### Trabajo de Campo:

Desarrollar un trabajo de Campo sobre el análisis de la información y aplicarlos a la toma de decisiones.

Perfil Docente: Profesor de Estadística; Profesor de Matemática, Lic. en Estadística

## **16. Prensa y Difusión**

### Objetivos

Incorporar metodologías para relacionarse con los medios de comunicación a efectos de difundir las informaciones de las organizaciones.

Lograr comunicaciones acordes con los diferentes medios de comunicación, adentrándose en las características específicas de cada uno de ellos para su aplicación en distintos eventos.

### Contenidos mínimos:

Diseño de estrategias de Prensa. Elaboración de gacetillas. Armado de Carpeta de Prensa. Organización de conferencias con diferentes medios de difusión. Estrategia de medios.

Perfil Docente: Lic. en Comunicación Social. Periodista. Técnico Superior en Periodismo.

462

## **17. Metodología de la Investigación**

### Objetivos

Desarrollar habilidades metodológicas para la investigación de datos y su posterior análisis para la toma de decisiones.

Comprender la metodología científica, su relación con la problemática del conocimiento social y el reconocimiento de la investigación como temática analítica de aplicación.

### Contenidos mínimos:

Conocimiento científico. Objetividad científica. Niveles de investigación. Técnicas cuantitativas y cualitativas. Etapas de un proceso de investigación. Problemática de la medición, estudios descriptivos, exploratorios y explicativos.

### Trabajo de Campo

A partir de una guía orientadora el alumno desarrollará las etapas de investigación aplicando las técnicas adquiridas para su posterior exposición y defensa en el aula.

Perfil Docente: Lic. en Sociología.



## 18. Gestión de Relaciones Públicas

### Objetivos

Comprender las relaciones públicas como instrumento para desarrollar la gestión estratégica de la empresa.

### Contenidos mínimos:

Crisis y transformaciones. Planificación de cambios. Análisis de la toma de decisiones y su impacto comunicacional. Gestión estratégica de las relaciones públicas. Técnicas de negociación. Asertividad.

Perfil Docente: Lic. En Relaciones Públicas; Técnico Superior en Relaciones Públicas, Lic. en Comunicación.

## 19. Publicidad y Promoción

### Objetivos

Incorporar técnicas relativas al desarrollo publicitario y técnicas de promoción aplicables a las relaciones públicas.

Comprender el valor de la publicidad como variable del proceso comunicacional.

Determinar los objetivos de las comunicaciones publicitarias, supervisar la ejecución de las acciones y evaluar los resultados obtenidos.

### Contenidos mínimos:

Análisis estructural de las comunicaciones comerciales e institucionales. Piezas y campaña publicitaria. La creación publicitaria. La estrategia de medios. La investigación de la efectividad publicitaria. La inversión publicitaria. Concepto y definición de promoción. Hechos promocionales. Características de las promociones. Marketing Digital.

Actividades Prácticas Formativas: 78 hs. Cátedras. Elaboración de hipótesis de trabajo para el diseño de campaña publicitaria para el lanzamiento de nuevo producto en diferentes tipos de empresas productivas y de servicio.

Perfil Docente: Lic. en Publicidad. Técnico Superior en Publicidad.

## 20. Desarrollo Gerencial

### Objetivos:

Lograr un adecuado nivel de conocimiento en relación con el desempeño de funciones gerenciales.

Analizar los estilos de liderazgo aplicando un modelo de comunicación organizacional.

### Contenidos mínimos:

La acción empresarial. Análisis organizacional. El gerente integral. Creatividad e innovación. Motivación y motivadores. Objetivos genéricos. Desarrollo de ventajas competitivas. Análisis de sector industrial. Estrategias de posicionamiento. Cadena de valor. Palancas. Responsabilidad Social Empresaria.



## **18. Gestión de Relaciones Públicas**

### Objetivos

Comprender las relaciones públicas como instrumento para desarrollar la gestión estratégica de la empresa.

### Contenidos mínimos:

Crisis y transformaciones. Planificación de cambios. Análisis de la toma de decisiones y su impacto comunicacional. Gestión estratégica de las relaciones públicas. Técnicas de negociación. Asertividad.

Perfil Docente: Lic. En Relaciones Públicas; Técnico Superior en Relaciones Públicas, Lic. en Comunicación.

## **19. Publicidad y Promoción**

### Objetivos

Incorporar técnicas relativas al desarrollo publicitario y técnicas de promoción aplicables a las relaciones públicas.

Comprender el valor de la publicidad como variable del proceso comunicacional.

Determinar los objetivos de las comunicaciones publicitarias, supervisar la ejecución de las acciones y evaluar los resultados obtenidos.

### Contenidos mínimos:

Análisis estructural de las comunicaciones comerciales e institucionales. Piezas y campaña publicitaria. La creación publicitaria. La estrategia de medios. La investigación de la efectividad publicitaria. La inversión publicitaria. Concepto y definición de promoción. Hechos promocionales. Características de las promociones. Marketing Digital.

Actividades Prácticas Formativas: 78 hs. Cátedras. Elaboración de hipótesis de trabajo para el diseño de campaña publicitaria para el lanzamiento de nuevo producto en diferentes tipos de empresas productivas y de servicio.

Perfil Docente: Lic. en Publicidad. Técnico Superior en Publicidad.

## **20. Desarrollo Gerencial**

### Objetivos:

Lograr un adecuado nivel de conocimiento en relación con el desempeño de funciones gerenciales.

Analizar los estilos de liderazgo aplicando un modelo de comunicación organizacional.

### Contenidos mínimos:

La acción empresarial. Análisis organizacional. El gerente integral. Creatividad e innovación. Motivación y motivadores. Objetivos genéricos. Desarrollo de ventajas competitivas. Análisis de sector industrial. Estrategias de posicionamiento. Cadena de valor. Palancas. Responsabilidad Social Empresarial.

462



Actividades Práctica Formativas: 64 hs. cátedras. El alumno deberá relevar información sobre el desempeño de las funciones gerenciales y analizar los diferentes estilos de liderazgo y realizar un trabajo práctico.

Perfil Docente: Lic. en Administración de empresas, Lic. en Recursos humanos y Técnico Superior en Administración de empresas. Prof. en Ciencias Económicas.

## **21. Relaciones Públicas Institucionales**

### Objetivos

Comprender el manejo de las relaciones públicas en diferentes tipos de instituciones.  
Analizar los componentes necesarios para diseñar una imagen corporativa.

Reconocer las variables inherentes al desarrollo de la responsabilidad social empresaria.

### Contenidos mínimos

Análisis institucional. Caracterización de las instituciones. Desarrollo de relaciones públicas institucionales. Componentes de la imagen. Identidad corporativa. Campañas de responsabilidad social empresaria.

### Trabajo de Campo

Desarrollar un trabajo de campo, relacionado con el manejo de las relaciones públicas institucionales.

Perfil Docente: Lic. En Relaciones Públicas. Técnico Superior en Relaciones Públicas, Lic. en Comunicación.

462

## **22. Recursos Humanos**

### Objetivos

Comprender los conceptos de gestión aplicables a los recursos humanos involucrados en las organizaciones.

Lograr interpretar los cambios en el contexto que influyen sobre los recursos humanos.

Reconocer la importancia de las actividades desarrolladas por los recursos humanos en la actividad.

### Contenidos mínimos

Componentes del área en Recursos humanos. Reclutamiento. Selección. Evaluación de desempeño. Evaluación de potencial. Planes de carrera. Diseño de actividades de capacitación. Remuneraciones.

Perfil Docente: Lic. en RRHH; Lic. en Administración; Técnico Superior en RRHH; Técnico Superior en Administración de Empresas



### **23. Comercio Internacional**

#### Objetivos

Comprender la comercialización en mercados internacionales y su relación con la industria de eventos.

Comprender y aplicar las metodologías para comercializar en mercados del exterior.

#### Contenidos mínimos:

Comprensión de mercados internacionales. Segmentación de mercados del exterior. Canales de distribución. Precio y promoción en mercados extranjeros. Estrategias competitivas en Mercados del Exterior.

Perfil Docente: Lic. en Comercio Internacional; Lic. en Comercio Exterior; Técnico Superior en Comercio Exterior.

### **24. Ciencia Política**

#### Objetivos

Comprender los fenómenos políticos.

Analizar la información política y su impacto social y empresario.

Reconocer la forma en que se organiza y distribuye el poder en la sociedad.

#### Contenidos mínimos

Estado. Poder. Organizaciones intermedias. Proceso de toma de decisiones integrales. Impacto social de la distribución del poder en la sociedad.

Perfil Docente: Lic. Ciencias Políticas; Lic. en Sociología; Lic. en Comunicación Social

462

### **25. Organización de Eventos**

#### Objetivos

Interactuar con Profesionales en ejercicio para diferenciar los diferentes tipos de eventos.

Comprender la trascendencia pública de los eventos y su utilización como medio de comunicación.

#### Contenidos mínimos:

Tipos de eventos y sus características: Ferias y Exposiciones. Congresos y Convenciones. Eventos Recreativos. Eventos Sociales. Eventos Empresariales. Eventos Culturales. Eventos Deportivos. Eventos Artísticos.

Actividades Prácticas Formativas: 64 hs. cátedras. Asistir a eventos de las distintas tipologías, y elaborar un informe de acuerdo al contenido abordado en el programa de la asignatura.

Perfil Docente: Técnico en Organización de Eventos. Técnico en Protocolo y Ceremonial.



## 26. Opinión Pública

### Objetivos

Comprender la importancia de los grupos de opinión en las actividades sociales.

Reconocer el fenómeno de la opinión pública, conforme a las diferentes estructuras sociales.

Analizar la influencia de los medios de comunicación.

### Contenidos mínimos:

Análisis de opinión pública. Grupos de influencia. Procesos de formación. Fenómenos sociales. Líderes de opinión. Contexto y opinión pública. Ideologías y partidos políticos. Teorías contemporáneas.

Perfil Docente: Lic. en Comunicación Social. Periodista. Técnico Superior en Periodismo.

## 27. Relaciones Públicas Internacionales

### Objetivos

Comprender la relación entre diversos públicos a nivel internacional que interactúan y su impacto organizativo.

Conocer y evaluar la problemática de las relaciones públicas a nivel internacional.

### Contenidos mínimos:

Estrategias de comunicación internacional. Opinión pública en el exterior. Adecuación de imagen e identidad a mercados externos. Evaluación y control de las relaciones públicas internacionales.

Perfil Docente: Lic. En Relaciones Públicas. Técnico Superior en Relaciones Públicas, Lic. en Comunicación.

## 28. Ética y Deontología Profesional

### Objetivos

Comprender la importancia del marco ético en el desempeño profesional del relacionista público.

Analizar los aspectos éticos y morales en el ámbito social, político, económico, cultural y profesional, con el fin de crear actitudes que permitan el desarrollo armónico de la persona y su integración en la sociedad.

### Contenidos mínimos:

La ética. Actitudes éticas. La conciencia moral. Subjetivismo y relativismo. Análisis científico del juicio de valor. Ética y ciencia. Importancia de la cultura en el contexto social. Identidad social. Ética y Economía. Deontología profesional. Código de ética profesional.

Perfil Docente: Lic. en Filosofía. Prof. de Filosofía. Abogado.



## 29. Práctica Profesionalizante en: Proyecto Integrador Final

### Objetivos

Que el alumno desarrolle las habilidades profesionales y las manifieste a través de prácticas como relacionista público.

### Contenidos mínimos:

Aplicar en un trabajo de campo los conceptos incorporados en la formación a fin de integrar los enfoques conceptuales y metodológicos como relacionista público.

Evaluación en cada etapa de objetivos y resultados alcanzados.

### Metodología

Diseñar un plan integral de Relaciones Públicas. Deberán presentar un informe y material audiovisual para su aprobación.

Perfil Docente: Lic. En Relaciones Públicas; Técnico Superior en Relaciones Públicas, Lic. en Comunicación.

## 30. Dirección Estratégica

### Objetivos:

Incorporar metodologías de análisis para aplicar al diseño de estrategias empresarias competitivas.

Interpretar el pensamiento estratégico para desarrollar estrategias competitivas.

Analizar las acciones desarrolladas por la competencia en los diferentes mercados.

### Contenidos mínimos

Análisis estratégico. Planificación. Análisis de estructura. Componentes de la cultura organizacional. Diseño de estrategias competitivas.

Actividades Prácticas Formativas: 64 hs. cátedras Análisis de Casos sobre la Planificación Estratégica en diferentes tipologías de organizaciones.

Perfil Docente: Lic. en Administración. Técnico Superior en Dirección y Administración de Empresas

### I) Régimen de correlatividades

Para rendir:	Tener aprobada:
Dirección Gerencial	10
Dirección Estratégica	20
Metodología de la Investigación	15
Relación con Públicos Externos	1
Práctica Profesionalizante en Relación Públicos Internos	6
Relaciones Públicas Internacionales	23



#### **m) Régimen de Asistencia**

Será obligatoria para los alumnos la asistencia a clases teóricas y prácticas que les correspondan. La asistencia se computará por asignatura, por cuatrimestre y por hora de clase dictada. Perderá la condición de regular el alumno que no asista a más del 25% de las clases dictadas por cuatrimestre. Cuando las inasistencias obedezcan a razones de salud o trabajo, el margen se fija en el 40% debidamente comprobada. El alumno que no asista a más del 25% y no exceda el 50% de las clases dictadas en un cuatrimestre, podrá ser reincorporado. Estos márgenes serán el 40% y el 60% cuando las ausencias obedezcan a razones de salud o trabajo debidamente comprobadas. Se recupera la regularidad mediante la evaluación de Reincorporación.

#### **n) Régimen de Evaluación:**

Para aprobar cada una de las asignaturas, los alumnos deberán: Asistir como mínimo al 75% de las clases dictadas. Aprobar dos exámenes parciales en las asignaturas cuatrimestrales. Aprobar los trabajos prácticos o evaluaciones similares. Los alumnos que no aprueben los exámenes parciales o los trabajos prácticos; podrán recuperar una sola vez por asignatura, en fecha complementaria establecida en el Calendario Académico en las asignaturas cuatrimestrales. Aprobar un examen final.

La aprobación de los dos exámenes parciales y los trabajos prácticos o su equivalente habilitan al alumno para rendir el examen final. La calificación se expresará numéricamente en cada una de instancias evaluadoras correspondientes, según el rango del 0 al 10, sin decimales. Donde las calificaciones del 0 al 3 equivalen a "Desaprobado" y las calificaciones del 4 al 10 equivalen a "Aprobado".

Para ingresar al año inmediatamente superior, es necesario tener aprobado el 50% de las asignaturas del año inmediato anterior y el 100% de las del año que precede a éste.

#### **n) Régimen de Prácticas Profesionalizantes**

Las prácticas profesionalizantes, como estrategia formativa integrada a la propuesta curricular, tienen el objetivo primordial de que los alumnos consoliden, integren y amplíen las capacidades y saberes del perfil profesional.

Las prácticas profesionalizantes se realizarán con las Instituciones con las cuales se hicieron convenios y que están adheridas a la Cámara de Industria, Comercio y Producción de Puerto Madryn.

El seguimiento y evaluación de las prácticas profesionalizantes estará a cargo de un docente coordinador y un equipo de docentes, especialmente designados de acuerdo al nivel de la práctica y de las asignaturas competentes a la misma.

La evaluación podrá ser, grupal o individual. En la misma, será evaluada la elaboración de los contenidos; su comprensión; su interrelación y análisis desde una



perspectiva conceptual integradora de los conocimientos de la carrera; también será considerada para la evaluación la bibliografía y fuentes utilizadas, el diseño, diagramación y forma clara y concisa de presentar la información, y el cumplimiento de la agenda de avances y entrega final.

La calificación final se expresará numéricamente en cada una de las prácticas profesionales correspondiente, según un rango del 0 al 10, sin decimales. Donde las calificaciones del 0 al 3 equivalen a "Desaprobado" y las calificaciones del 4 al 10 equivalen a "Aprobado".

## **8. Antecedentes Académicos**

### **8.1 Perfil del Director o Coordinador Académico del Proyecto:**

- Titulación: Técnico Superior en Relaciones Públicas.
- Antecedentes de desempeño en el nivel correspondiente: 5 años
- Antecedentes en la conducción, supervisión y evaluación de proyectos: 3 años.

## **9. Condiciones Operativas**

### **9.1. Descripción de infraestructura edilicia**

El colegio cuenta con un edificio acondicionado y aprobado para actividades educativas, los cuales están provistos de aulas con capacidad de 35/40 alumnos cada una, oficinas administrativas y despachos de autoridades.

Se dispone de batería de sanitarios, divididos por sexo y con adaptación para discapacitados.

462

### **9.2 Equipamiento**

Todas las aulas cuentan con escritorios para docentes, sillas, pizarras, percheros. Como soporte para dictado de las asignaturas, hay disponibilidad de retroproyectors, TV, videocaseteras, reproductoras de DVD, computadoras y cañones multimedia. Asimismo, se cuenta con salas de informática debidamente equipadas y actualizadas tanto en software como en hardware, con computadoras conectadas en red, con conexión a Internet y servicio de e mail. Estas salas están a disposición de los alumnos para que estos puedan realizar sus tareas.

También se encuentra a disposición de los alumnos una completa biblioteca con publicaciones relacionadas con las carreras dictadas.

### **9.3. Organización de los procesos administrativos:**

Los alumnos cuando ingresan a la Institución deberán completar una solicitud y presentar la documentación para su legajo. Se llevan una copia de la inscripción de materias.

Luego al comenzar las clases tienen una reunión con los Coordinadores de carrera donde se les informa la regularidad de las materias, seguimiento, evaluación, emisión



de los certificados, horarios de clases, turnos de exámenes, régimen de convivencia, derechos y deberes y lineamientos generales del proyecto institucional.

Los docentes afectados al desarrollo de la carrera serán orientados por la Rectoría y un Coordinador o Director de Estudios en todos los aspectos que hacen a la planificación de las asignaturas, utilización de recursos didácticos disponibles en el Instituto y reglamento de exámenes.

Las autoridades del Instituto desarrollarán a lo largo del año las acciones previstas en el punto 8 del presente proyecto, a los efectos de realizar la evaluación y el informe anual a la DGEP respecto a la aplicación del plan de estudios.

#### **9.4. Presentación de la propuesta curricular:**

La Fundación de Altos Estudios, presenta ante a la Dirección General de Educación Privada para su aprobación mediante disposición, esta propuesta formativa con el compromiso de implementarla al menos en una cohorte estudiantil. La plataforma de trabajo estará basada en el relacionamiento entre la Fundación de Altos Estudios y la comunidad empresaria y académica de Chubut, mediante la articulación de convenios de colaboración institucional orientados a optimizar la calidad académica en la oferta del presente Plan. En lo que hace a la utilización de recursos humanos, se priorizará el trabajo con el mercado local, teniendo en cuenta los beneficios de incorporar personal idóneo en las áreas de formación.

462

#### **9.5. Supervisión**

La Fundación de Altos Estudios en Ciencias Comerciales, estará Supervisada por la Dirección General de Educación de Gestión Privada del Ministerio de Educación de la Provincia de Chubut.