

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Tecnicatura Universitaria en Relaciones Públicas y Protocolo
DISEÑO CURRICULAR

1. Plan de estudio

1.1. Información general

Nombre de la Carrera: Tecnicatura Universitaria en Relaciones públicas y protocolo

Tipo de Presentación: Carrera nueva

Características de la carrera: Institucional

Facultad que participa: Facultad de Ciencias de la Comunicación-Universidad Nacional de Córdoba

Localización de la propuesta: sede de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Av. Valparaíso s/n ciudad universitaria 5000 Córdoba.

Modalidad de la carrera: Presencial

Nivel de Formación: Pregrado

Título que otorga: Técnico/a Universitario en Relaciones Públicas y Protocolo

Duración y carga horaria de la carrera: 2 (dos) años - 1410 horas reloj - equivalentes a 141 RTF.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

1.2. Alcances del Título

El título de Técnico/a Universitario/a en Relaciones Públicas y Protocolo posee validez nacional y tiene los siguientes alcances que habilitan al egresado para:

1. Participar en la implementación técnica del diagnóstico y la gestión de propuestas/productos en los procesos comunicacionales en distintos tipos de instituciones.
2. Asistir en lo instrumental en la producción de acciones de publicidad y marketing en diferentes organizaciones.
3. Planificar y organizar eventos, reuniones sociales, oficiales, diplomáticas, culturales, deportivas, turísticas y comerciales, de acuerdo a las reglas del ceremonial y protocolo institucional.
4. Colaborar en la dimensión técnica de los procesos de producción de contenidos comunicacionales para soportes gráficos, audiovisuales, sonoros y/o en redes, teniendo en cuenta las funciones y valores propios de la institución.
5. Contribuir a la planificación y ejecución de acciones para optimizar las relaciones institucionales y públicas de la organización.

1.3. Antecedentes y fundamentación

Antecedentes

La Tecnicatura Universitaria en Relaciones Públicas y Protocolo es una nueva carrera que tiene como antecedentes a la Tecnicatura en Comunicación Institucional del Plan de Estudios de la FCC (1993), la Tecnicatura universitaria en Relaciones públicas modalidad a distancia (dictada hasta el año 2018), y a



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

diferentes espacios curriculares de la Licenciatura en comunicación social, orientación en Comunicación Institucional del Plan 93. Asignaturas como Publicidad, Marketing, Relaciones Públicas han ofrecido a los estudiantes competencias generales, pero es necesaria una actualización para responder a las demandas profesionales actuales. Por esta razón, se incorporan espacios para la actualización de competencias técnicas e instrumentales para la comunicación de las organizaciones y las acciones institucionales de ceremonial, protocolo y relaciones públicas. Asimismo, existen antecedentes en el dictado de numerosas cohortes de la diplomatura universitaria en ceremonial y protocolo en la ex Escuela de Ciencias de la Información.

Esta tecnicatura articula con una licenciatura de cuatro años de duración y con la oferta educativa de posgrado, que incluye la Especialización en Lenguaje y comunicación digital, la Especialización en Comunicación pública de la ciencia y periodismo científico, la Maestría en Comunicación institucional digital y el Doctorado en Comunicación Social.

Fundamentación

La comunicación en sus diferentes niveles, mediáticos, institucionales, interpersonales, es una dimensión clave del funcionamiento de las diversas instituciones en la sociedad actual. En este sentido, el campo profesional exige cada vez más profesionales capacitados en el manejo de las relaciones institucionales, la gestión de vínculos y de eventos, capaces de colaborar en la dimensión instrumental y técnica de la comunicación institucional. Esta tecnicatura se propone dotar a los egresados de herramientas básicas para el desempeño de



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

estas funciones, las que a su vez deben ser actualizadas en relación al desarrollo de un entorno intensamente mediatizado y multimedial.

Así, la formación del técnico/a en Relaciones públicas y protocolo tiene una demanda específica en el campo laboral, tanto en instituciones públicas como, privadas y del tercer sector. Sus competencias están vinculadas con la necesidad de las instituciones de recibir asesoramiento y coordinación de acciones de comunicación y relaciones públicas; como también con la creación, planificación y desarrollo de todo tipo de eventos de acuerdo a las herramientas que brinda el Ceremonial y el Protocolo. Puede desempeñarse laboralmente como consultor externo, profesional contratado o integrante de departamentos de Relaciones Públicas o Comunicaciones.

1.4. Objetivos de la carrera y perfil del egresado

1.4.1. Objetivos de la carrera:

- Formar técnicos Universitarios capacitados para participar en proyectos y equipos de trabajo vinculados a las acciones de comunicación y de prensa institucionales, como también en la organización integral de eventos y del protocolo en el marco del ceremonial

1.4.2. Perfil del egresado/a

El Técnico/a Universitario en Relaciones públicas y protocolo es un profesional capacitado para formar parte de equipos de trabajo responsables de la gestión de acciones de comunicación y de prensa desde una perspectiva estratégica, y podrá



integrar equipos de Asesoramiento técnico en proyectos de comunicación, relaciones públicas y organización de eventos; para organizaciones privadas, estatales, gubernamentales, del tercer sector y comunitarias. También colaborará en los aspectos técnicos de la planificación y organización de eventos, reuniones sociales, oficiales, diplomáticas, culturales, deportivas, turísticas y comerciales de acuerdo a las normas de ceremonial y protocolo.

1.4.3. Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) - Agenda 2030 - UNESCO

Esta Tecnicatura garantiza el acceso a una educación de calidad, inclusiva y equitativa, y la promoción de oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para las personas, de acuerdo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Forma técnicos/as capaces de promover a través de la comunicación la reflexión, concientización y sensibilización sobre las problemáticas relativas al desarrollo sostenible, al bienestar de todas las personas y la igualdad de géneros de mujeres y niñas, la discriminación, el cambio climático, el acceso a la salud, el empleo, la educación y la justicia.



1.5. Organización del plan de estudio

a. Estructura curricular del plan de estudio

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN (UNC)

Tecnicatura Universitaria en Relaciones Públicas y Protocolo

Modalidad Presencial

		CICLO INTRODUCTORIO	Carga Horaria Total
1	Previo al Primer cuatrimestre	Taller de lectura y escritura académica	30
2	Previo al Primer cuatrimestre	Introducción a las carreras de comunicación	30

N°	AÑO	CUATRI MESTR E	ESPACIO CURRICULAR	Carga Horaria Total
3	1° AÑO	1	Prácticas de lenguaje	60
4		1	Taller de Cultura digital	60
5		1	Investigación en Comunicación	60
6		1	Historia social contemporánea	60
7		Bimestr	Taller de Innovación y creatividad en comunicación	30



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
 Ciudad Universitaria | 5000
 Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

		al		
8		2	Narrativas Mediáticas	60
9		2	Periodismo y contenidos digitales	60
10		2	Comunicación en las organizaciones	60
11		2	Introducción a los estudios de comunicación	60
12		2	Movimientos culturales, arte y comunicación I	60
13	2° AÑO	Anual	Narrativas audiovisuales	120
14		1	Teorías de la comunicación I	60
15		1	Metodología de la investigación aplicada al diagnóstico	60
16		1	Taller de comunicación popular y comunitaria	60
17		1	Marketing digital y social media	60
18		1	Gestión de ceremonial y protocolo	60
19		1	Idioma Extranjero I	60
20		2	Estudios de la Comunicación organizacional	60
21		2	Taller de Edición audiovisual	60
22		2	Publicidad y marketing	60
23		2	Relaciones públicas y gestión de prensa	60
24		2	Organización de eventos	60
Carga horaria total de la carrera				1410 horas



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
 Ciudad Universitaria | 5000
 Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

		reloj
--	--	--------------

b. Descripción de la estructura curricular adoptada

Fundamentos y descripción de la estructura curricular

La Tecnicatura universitaria en Relaciones públicas y protocolo tiene una duración de 2 años; y una carga horaria total de 1410 horas reloj que equivale a 141 RTF.

Esta carrera se organiza en un Ciclo de ingreso, que cuenta con dos materias niveladoras e introductorias al campo profesional. El plan de estudio presenta un año común con otras Licenciaturas de la Facultad, con fundamentos generales, tanto teóricos como profesionales.

A continuación, se cursan dos años en los cuales se concentran las materias relacionadas al diagnóstico institucional, formación sobre publicidad, marketing digital, relaciones públicas, ceremonial, protocolo y gestión de prensa institucional. Estos contenidos van a brindar a los técnicos, saberes para el asesoramiento y asistencia técnica en la gestión de las relaciones públicas, la organización de eventos y protocolo en las organizaciones.

La Tecnicatura universitaria en Relaciones públicas y protocolo tiene un 60 % de materias específicas y de carácter profesionalizante, y un 40 % de asignaturas de formación general y complementaria. El Técnico/a egresa con la aprobación de las materias que integran el ciclo introductorio, primero y segundo año completos.

Las asignaturas y talleres que componen la malla curricular se organizan en módulos de 30, 60 y 120 horas lectivas. El régimen de cursado de los espacios curriculares de 30 horas es *bimestral*; el de los espacios curriculares de 60 horas



es *cuatrimestral*, y el de los espacios curriculares de 120 horas es *anual*.

Finalmente, al aprobar el 50% del Plan de estudios y los módulos de Idioma, de la carrera de grado, se otorgará el Título de Bachiller Universitario en Ciencias Sociales, según lo reglamentado por las Ordenanzas HCS N° 08/2001 y N° 06/2000 de la Universidad Nacional de Córdoba. Se trata de un Título intermedio con validez oficial, reconocido por el Ministerio de Educación de la Nación, que señala el cumplimiento de un ciclo formativo en ciencias sociales.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

1.6. Contenidos Mínimos

CICLO INTRODUCTORIO

1- Taller de Lectura y escritura académica

Taller que aborda el ingreso al campo académico y disciplinar de la Comunicación. Características y convenciones de los textos académicos. Estrategias de lectura, escritura y oralidad como procesos situados y articulados en el estudio universitario. Recursos discursivos, retóricos y gramaticales. Técnicas de estudio y comprensión de textos: herramientas y estrategias que facilitan el estudio del estudiante en el proceso de aprendizaje.

2- Introducción a las carreras de comunicación

Esta asignatura introduce a la vida y la ciudadanía universitaria. Aproximaciones al campo de la comunicación y sus alcances profesionales: periodismo y producción de contenidos multimediales, comunicación institucional, investigación en comunicación. Niveles y componentes de la comunicación social: macro, meso y micro. Introducción a los medios y las mediaciones.

PRIMER AÑO

PRIMER CUATRIMESTRE

3- Prácticas de lenguaje

La oración y el texto. Componentes y estructuras. Estructuras oracionales: valor y uso en el discurso periodístico. Normativa gramatical: reglas generales de acentuación y de puntuación. El texto periodístico. Enunciado, texto y discurso:



conceptos y características. Contexto de situación, lector modelo, elementos paratextuales. Especificidades de las distintas tipologías textuales. Narración. Argumentación. Explicación. Conversación. Introducción a los géneros profesionales de la comunicación: regularidades propias de los textos vinculados a las prácticas comunicativas.

4 - Taller de Cultura digital

Revolución digital y tendencias culturales: cambios en las formas de comunicación. Creación de contenidos: storytelling, micronarrativas, creaciones colectivas. Edición de imágenes, videos, audio y contenido web. Estrategias de interacción para redes. Gestión de información: búsqueda, filtrado y seguridad de la información. Principales redes sociales. Redes y elaboración de noticias. Periodistas polivalentes. El community manager: funciones y herramientas. Contenido generado por usuarios, humanos, algoritmos e inteligencia artificial.

5 - Investigación en comunicación

Introducción al pensamiento científico. La producción de datos científicos. Agendas contemporáneas de investigación en comunicación. Organismos científicos, consultorías, instituciones estatales. Espacios institucionales de investigación en la Universidad. Aproximación al campo profesional y a los enfoques cualitativos y cuantitativos. La investigación en la práctica: gráficas, muestreos, entrevistas, focus group, análisis del discurso.

6 - Historia social contemporánea



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

Revoluciones y nuevos modelos político-ideológicos, económicos y laborales. El orden del siglo XX: capitalismo, bloques, regiones. Siglo XXI: nuevas relaciones entre los países. El impacto de la tecnología en el mundo laboral. Nuevas crisis del capitalismo. Países emergentes y nuevos bloques. Necesidades globales actuales: energía, alimentos y seguridad. El poder de la red social y el imperialismo digital.

7 - Taller de Innovación y creatividad en comunicación

Herramientas y técnicas de creatividad e innovación. El proceso creativo. Creatividad aplicada a la producción de contenidos y resolución de problemas en comunicación. Habilidades no tradicionales. Herramientas de *design thinking*, elaboración experiencial de prototipos y estrategias de innovación para desarrollo de soluciones creativas. Creación de universos narrativos.

SEGUNDO CUATRIMESTRE

8 - Narrativas mediáticas

El discurso narrativo. Narración, tiempo, sujetos. Tipos de narraciones mediáticas en diversos lenguajes y soportes. Narrar a partir de datos: gráficos, líneas de tiempo, infografías, viñetas, entre otros. Estructura de los relatos y construcción de sentido en los medios. Formas de contar y configurar el mundo. Producción de sentido y construcción de enunciadores, destinatarios y vínculos.



9- Periodismo y contenidos digitales

Géneros periodísticos tradicionales y nuevos. Contenidos periodísticos digitales. Fuentes y documentación digital. Formatos digitales. Periodismo en plataformas, aplicaciones, dispositivos móviles. Construcción de comunidades y audiencias. Uso periodístico de las redes. Redacción para medios digitales. Articulaciones interdisciplinarias para la producción: programación, algoritmos, software libre, inteligencia artificial.

10 - Comunicación en las organizaciones

Introducción al campo profesional y disciplinar. Conceptualizaciones en torno a las nociones “institución” y “organización”. Sectores institucionales: público, privado, tercer sector. El comunicador como articulador de relaciones y vínculos en las organizaciones. Diferentes fases del proceso de diagnóstico e intervención en la comunicación institucional.

11 - Introducción a los estudios de la comunicación

Historia de los estudios de la comunicación: mapa de teorías, escuelas y perspectivas teóricas. Efectos sociales de los medios. Mediaciones y mutaciones: una mirada al ecosistema comunicacional contemporáneo.

12 - Movimientos culturales, arte y comunicación I

Arte, estética, cultura: aproximaciones teóricas. Prácticas artísticas clásicas, de vanguardia, callejeras y populares. Vinculación de géneros periodísticos a



experiencias del arte y la cultura contemporánea. El comunicador como gestor cultural. El consumo del arte como experiencia de aprendizaje y producción.

SEGUNDO AÑO

ANUAL

13-Narrativas audiovisuales

Introducción a las narrativas audiovisuales. Definición, tipos y estructura de las narrativas audiovisuales. Elementos narrativos: personajes, diálogos, trama, conflictos, puntos de giro y giros argumentales. Narrativa visual: planos, encuadres, movimientos de cámara, composición, iluminación, color y simbolismo visual. Estructuración interna del relato: el tiempo y el espacio. Universo diegético y extradiegético. Focalización y punto de vista. Redacción de guiones en diferentes formatos y géneros. Las nuevas formas de la narrativa audiovisual para medios digitales. Las narrativas transmedia.

PRIMER CUATRIMESTRE

14-Teorías de la comunicación I

Teorías sobre los medios masivos de comunicación. Paradigma funcionalista: la teoría hipodérmica y el modelo de Lasswell. El estudio de los efectos a largo plazo: gatekeeping y newsmaking. Teorías del periodismo: distorsión, agendas, noticiabilidad, rutinas productivas, valores/noticias. Paradigma crítico: comunicación y cultura. Escuela de Frankfurt. La industria cultural y la cultura unidimensional. La concepción de los efectos de los medios masivos de comunicación.



15- Metodología de la investigación aplicada al diagnóstico

Enfoques y metodologías aplicadas al campo de la comunicación organizacional. Formulación de objetivos. Métodos y técnicas de recolección de datos cualitativos y cuantitativos. Muestreo. Diseño, elaboración y prueba de herramientas. La fase de diagnóstico en la intervención. Metodologías. Recortes operativos. Reconocimiento de variables e indicadores. Diagnóstico de públicos.

16-Taller de comunicación popular y comunitaria

Perspectivas sobre la comunicación popular. Participación social. Dinámicas de grupo. Planificación participativa de proyectos de comunicación. Experiencias de comunicación popular. Evaluación de resultados. Cultura digital en la comunicación popular y participativa. Apropiaciones y estrategias.

17- Marketing digital y social media

Técnicas de producción y programación de contenidos digitales en múltiples plataformas. Gestión del catálogo para maximizar la producción de contenidos derivados. La distribución digital y el posicionamiento. El rol del Community manager. Analítica de datos. Marketing digital. Obtención y análisis de calidad de los datos. Indicadores. Big data. Smart data.

18- Gestión de ceremonial y protocolo

El ceremonial: definiciones. La organización de encuentros en el ámbito institucional como herramienta de imagen. Ámbitos de aplicación del ceremonial.



El ceremonial y sus diferencias con el protocolo y la etiqueta. Las reglas de la gestión protocolar. El protocolo a nivel internacional y la representatividad pública. Los roles protocolares y su articulación en actos y ceremonias.

19- Idioma extranjero 1

Contenidos de lecto-comprensión de inglés en textos específicos del campo de la comunicación institucional y las relaciones públicas. Comprende contenidos de idioma técnico para acceder a lecturas básicas de textos técnicos-científicos y adquirir habilidades de comprensión auditiva y de expresión oral para comunicarse en ámbitos académicos profesionales. Se reconocerán los idiomas en el marco de la Ord. HCS N° 08/2014 y Resol HCD N° 326/2018.

SEGUNDO CUATRIMESTRE

20- Estudios de la Comunicación organizacional

Teorías de la comunicación aplicadas al campo disciplinar y su impacto en la intervención organizacional. La comunicación como proceso y la comunicación como herramienta. Modelos lineales y modelos interactivos. Paradigma de la emisión y paradigma de la escucha. Del receptor al prosumidor. El impacto de la virtualidad.

21- Taller de Edición audiovisual

Principios básicos de la edición. Edición de imagen y sonido en la línea del tiempo. Color y diseño de títulos. Manipulación digital de la imagen. Opciones de exportación y conversión. Usos específicos de herramientas de edición.



Capacitación en manejo de software de edición audiovisual.

22- Publicidad y marketing

Alcance y rol de la publicidad y de la comunicación de MKT en la gestión de la comunicación organizacional. Objetivos, métodos y técnicas de ésta disciplina táctica. El lenguaje publicitario. Planificación de medios. Evaluación de resultados. Fundamentos del MKT. Técnicas de investigación aplicadas y herramientas de comunicación comercial. MKT digital.

23- Relaciones públicas y gestión de prensa

Abordajes teórico-prácticos de la gestión de los vínculos organizacionales. Consultoría. Gestión de crisis. Relaciones con los medios periodísticos. Estructura y lógica de producción de los diversos medios masivos, tradicionales y multimedia. Las relaciones con la prensa (voceros, media training).

24- Organización de eventos

Gestión integral de organización de eventos. Eventos: clasificación, competencias, actividades. Tipos de eventos: sociales, empresariales, deportivos, culturales, ferias, exposiciones, etc. Planificación y coordinación de eventos sociales, públicos y corporativos. Etapas de un evento: preparación, realización, acciones post-eventos. Herramientas para la organización. El valor cultural y social de la realización de eventos. Reglas de protocolo.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

1.7. Condiciones de ingreso, requisitos de cursado, permanencia y egreso

Condiciones de ingreso

Se requiere para la inscripción tener estudios secundarios finalizados. En el caso de estudiantes extranjeros, deben cumplimentar con los requisitos expuestos en las Res. HCS 1731/18 y Ord. HCS N° 16/2008 y Ord. HCS 6/2019, o las que se encuentren vigentes. Los mayores de 25 años que no hayan finalizado sus estudios secundarios excepcionalmente podrán ingresar a estudiar la carrera, siempre y cuando cumplan con los requisitos de la Ord. HCS 6/2019 o la que se encuentre vigente.

Requisitos de cursado y permanencia

Para el cursado y permanencia en la tecnicatura se deben cumplimentar con los requisitos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y de la Universidad Nacional de Córdoba, de acuerdo al régimen de enseñanza Res FCC. 983/2017.

La estructura del Plan de estudio de la Tecnicatura en Relaciones Pública y Protocolo permite el cursado y la aprobación de sus asignaturas y con relación a las correlatividades, serán establecidas en un acto administrativo específico y posterior a la aprobación del Plan.

Requisitos de Egreso

Los estudiantes obtienen el título de **Técnico/a universitario/a en Relaciones Públicas y Protocolo** con la aprobación de las materias que integran el ciclo introductorio, los espacios curriculares correspondientes a primer año y segundo



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

año exigidos en este plan de estudios y acreditar un mínimo de 141 RTF.

El estudiante deberá cumplir con los requisitos establecidos en la Ordenanza 04-HCS-2016 y su reglamentación del Programa de Compromiso Social Estudiantil de la UNC.

1.8. Instancias de seguimiento del plan de estudio

El seguimiento del Plan de Estudios se realizará a través de una Comisión mixta de Evaluación y Seguimiento del Plan de Estudio de la Tecnicatura universitaria en Relaciones Públicas y Protocolo, integrada por representantes (docentes, estudiantes avanzados, no docentes del área de enseñanza y egresados de la Carrera) propuestos por la secretaría de asuntos académicos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba.

2. Sistema de correlatividades y plan de transición

2.1. Sistema de correlatividades

La estructura del Plan de estudio de la Tecnicatura en Relaciones Públicas y Protocolo permite el cursado y la aprobación de sus asignaturas en forma estructurada y progresiva, y en relación a las correlatividades, serán establecidas en un acto administrativo específico y posterior a la aprobación del Plan.

2.2. Plan de transición

a. Fecha en que se comenzará a implementar el nuevo plan

Desde el momento que resulte validado el título de la carrera y reconocido



oficialmente por el Ministerio de Educación de la Nación, se dará comienzo a la implementación de manera escalonada, con el dictado del primer año del Plan de Estudio, anexando el dictado gradual de los años sucesivos en cada ciclo lectivo, hasta completar los años de duración total de la carrera.

b. Fecha de caducidad del plan anterior

En la Licenciatura en Comunicación social (Plan 93) se prevé un cese progresivo del dictado y toma de exámenes de las asignaturas que componen ese Plan de estudio. A medida que se comience a dictar la nueva carrera cesará el dictado gradual del plan de la Licenciatura en Comunicación social (93).

Los estudiantes que soliciten el cambio de carrera, podrán aprobar las equivalencias que se establecen en el punto c) Grilla de reconocimiento de actividades curriculares entre ambos planes.

c. Criterios, mecanismos y plazos establecidos para el cambio de plan

Tabla de Reconocimiento de Trayectos Formativos entre la Tecnicatura en Relaciones públicas y protocolo y la Licenciatura en Comunicación Social (Plan 93) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación UNC.

Tecnicatura	Universitaria	en	Lic. en Comunicación Social
--------------------	----------------------	-----------	------------------------------------



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

Relaciones públicas y protocolo	
Taller de Lectura y Escritura académica	Técnicas de estudio y comprensión de textos
Introducción a las carreras de comunicación	Introducción a la carrera de comunicación social
Prácticas de lenguaje	Lenguaje I y producción gráfica
Taller de Cultura digital	Seminario Nuevas tecnologías
Investigación en Comunicación	Taller: Metodología de la investigación aplicada
Historia social contemporánea	Historia Social Contemporánea
Periodismo y contenidos digitales	Redacción periodística I
Comunicación de las organizaciones	Comunicación Institucional
Introducción a los estudios de comunicación	Introducción a la Comunicación Social
Taller de Innovación y creatividad en comunicación	-----
Movimientos culturales, arte y comunicación I	Movimientos estéticos y cultura argentina
Narrativas audiovisuales	Narración Televisiva I
Teorías de la comunicación I	Teorías de la Comunicación I
Metodología de la investigación	Taller de Metodología Aplicada



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

aplicada al diagnóstico	
Comunicación popular y comunitaria	-----
Taller de gestión de redes y marketing digital	-----
Idioma Extranjero I	Inglés
Estudios de la Comunicación organizacional	Comunicación Institucional
Taller de Edición audiovisual	-----
Publicidad y marketing	Comunicación en Publicidad y Propaganda
Relaciones públicas y gestión de prensa	Relaciones Públicas
Eventos, ceremonial y protocolo	-----



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

3. Factibilidad Económica

La Facultad de Ciencias de la Comunicación cuenta con los recursos humanos y la infraestructura para garantizar el dictado de la nueva carrera propuesta. La Unidad Académica dispone de cargos docentes (inc. 1 de su presupuesto) para el dictado de las materias propuestas; asimismo, algunos cargos docentes provienen de la reconversión de asignaturas que dejan de dictarse, cuyos profesores migran a asignaturas nuevas que pertenecen a la misma área disciplinar.

En la actualidad, existe una carrera de grado, la Licenciatura en Comunicación Social; tres carreras de pregrado: Tecnicatura Universitaria en Periodismo deportivo, Tecnicatura universitaria en Gestión de la comunicación turística, Profesorado universitario en Comunicación Social; y 5 carreras de posgrado: Doctorado en comunicación social; Maestría en Comunicación institucional digital, Maestría en periodismo digital, Especialización en Lenguaje y comunicación digital y Especialización en Comunicación pública de la ciencia y periodismo científico.

La unidad académica cuenta con un cuerpo docente adecuado a la propuesta curricular de la Tecnicatura Universitaria en Relaciones Públicas y Protocolo, con amplias trayectorias en diferentes áreas teóricas, metodológicas y de producción para diferentes medios y lenguajes. Se trata de una planta docente actualizada, con formación de postgrado, con trayectorias profesionales consolidadas, y con capacidades para la docencia, la transferencia y la extensión. La mayor parte de estos docentes realizan actividades de investigación y transferencia en los numerosos equipos y programas subsidiados por SECyT-UNC, en los proyectos institucionales (SECyT-UNC y FCC) dedicados a investigaciones y a la Comunicación pública de la ciencia, y en los equipos, laboratorios y observatorios



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

del Centro de Investigaciones de Periodismo y Comunicación de la Facultad (CIPECO). En el Instituto de Investigación en Expresión, Comunicación y Tecnologías (IECET) de doble dependencia CONICET-UNC, por otro lado, se desempeñan becarios e investigadores de carrera que constituyen recursos humanos idóneos en este campo.

Por otro lado, la Facultad cuenta con una planta docente actualizada, categorizada y experta en las tareas pertinentes, con gran capacidad para la asistencia técnica y administrativa en las áreas académicas, de investigación, de extensión, de postgrado, internacionalización, concursos y servicios bibliotecológicos. Asimismo, al contar con tecnicaturas a distancia y con personal e infraestructura tecnológica idónea, se garantizan también los procesos híbridos. En relación al campo de la producción en medios y multimedios, cuenta tanto con los docentes de Cátedras como con personal técnico especializado en Gabinetes de producción y asistentes tecnológicos, docentes y nodocentes.

Equipamiento e infraestructura

La Facultad cuenta con las condiciones tecnológicas que garantizan el acceso a computadoras, equipamientos de grabación y producción para radio, televisión, gráfica y multimedia, equipamientos para la producción y edición sonora, aulas tecnológicas y áreas para para la producción multimedia. También la infraestructura garantiza el desarrollo de las actividades teóricas, prácticas y de producción, y otras actividades propias de la vida académica, social y política universitaria.

En este sentido, cuenta con una importante cantidad de aulas, la mayoría de gran



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar

envergadura, aulas híbridas, Auditorio, Biblioteca, Sala de profesores, Cantina, espacio de Radio Revés, Gabinete de Radio, Aula Tecnológica Ardizzone, Área de Red Mate, CEPIC (143,05 m2 en Planta baja, 764.05 m2 en primer piso, 222,73 m2 en segundo piso). A esto se suma un edificio inaugurado recientemente que cuenta con tres pisos para aulas con capacidad para 600 estudiantes.

Por otro lado, existen instalaciones específicas para investigación, transferencia y postgrado en el edificio de calle Rondeau 467, primer piso, en el que funciona la Unidad Ejecutora doble dependencia UNC-CONICET, el Instituto de Comunicación Institucional (IECET) y el Centro de Investigaciones de Periodismo y Comunicación (CIPeCo). En estas instalaciones existe infraestructura tecnológica para diversas actividades académicas y espacios administrativos.

Así, la Facultad cuenta con un cuerpo docente capacitado para el dictado de las carreras propuestas, e infraestructura disponible con instalaciones acordes para la realización de actividades áulicas y de formación.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar



Universidad Nacional de Córdoba
1983/2023 - 40 AÑOS DE DEMOCRACIA

Hoja Adicional de Firmas
Informe Gráfico

Número:

Referencia: Tec. Relaciones Públicas Y Protocolo

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 25 pagina/s.