

**MATERIAS ELECTIVAS Y TALLERES EXTRA CURRICULARES
SEGUNDO CUATRIMESTRE - 2014**

**INICIO DE CLASES: 28 DE JULIO
INSCRIPCIÓN HASTA EL 17 DE JULIO INCLUSIVE**

**Sede Centro: OFICINA DE ATENCIÓN AL ALUMNO
Sede Pilar: COORDINADOR ACADÉMICO Lic. Matías Prieto Cané**

**ACTIVIDADES NO ARANCELADAS
SE ENTREGAN CERTIFICADOS DE ASISTENCIA EN MODALIDAD TALLER
EXTRACURRICULAR**

COMUNICACION EFECTIVA PARA ONG'S

Martes de 18,30 a 21 (Sede Centro)

Uno de los pilares fundamentales que toda Organización no Gubernamental (ONG) necesita para llevar a cabo su misión es la comunicación. Ser efectivos comunicadores permite dar a conocer su causa a la comunidad, aumentar el voluntariado y obtener fondos y recursos. Las Relaciones Públicas brindan herramienta fundamentales para que este tipo de instituciones logren llegar de manera efectiva y eficiente a todos sus públicos. A través de esta asignatura se pretende impulsar el pensamiento crítico y reflexivo en el alumno, acerca de la importancia de estas instituciones para la comunidad; que logre identificar diferentes tipos de organizaciones; analizar y desarrollar herramientas de Relaciones Públicas acorde a los objetivos de la institución y desarrollar acciones de comunicación internas y externas sistemáticas y coherentes logrando armar un plan de comunicación acorde a los objetivos estratégicos de la institución.

Prof. Sonia Zahalsky

¿COMO LOGRAR NEGOCIACIONES EXITOSAS?

Viernes de 19,30 a 21 (Sede Centro)

Esta materia abordará la manera de lograr buenos acuerdos en una negociación eficaz. La modalidad del presente taller es teórica-práctica, ya que también incluirá análisis de casos, películas y role playing. Los temas principales a trabajar son:

Gestión del conflicto. Preparación de la negociación. Comunicación no verbal. Escucha activa. Las variables información, poder y tiempo. Los diferentes enfoques o escuelas de negociación.

El método de negociación basada en principios. PNL en la negociación

Prof. Natalia González

INTEGRACIÓN DE COMUNICACIONES Y MARKETING

Lunes de 11,30 a 13,45 (Sede Centro)

El objetivo de esta electiva es mostrar la integración del marketing con las comunicaciones, las relaciones públicas, que es la tendencia mundial hacia la total interacción y abarca tópicos que van desde la estrategia marketinera en Internet, el análisis del comportamiento del consumidor, la investigación cuali y cuantitativa en marketing, la comunicación de marketing, la gestión de la marca y la Comunicación e imagen corporativa en entornos de alta competencia.

Prof. Cristela Reyes

COMMUNITY MANAGEMENT: LA GESTION DE LA COMUNICACIÓN EN LAS REDES SOCIALES

Viernes de 11,45 a 14 hs. (Sede Pilar)

La materia tiene por objetivo brindar a los futuros profesionales las habilidades necesarias para la gestión de la comunicación de empresas y organizaciones en el entorno cambiante de las redes sociales. En el marco del nuevo paradigma de la comunicación horizontal, se inaugura un abanico de posibilidades de comunicación digital para establecer el diálogo con las audiencias y el nuevo relacionamiento 2.0. Estrategia y táctica en plataformas multimedia. Trabajo de laboratorio a lo largo de todo el cuatrimestre con prácticas reales.

Prof. Paola Lattuada

DINAMICA DE GRUPOS EN LA GESTION DE LA COMUNICACION

Miércoles de 11,30 a 13,45 (sede Centro)

El relacionista público tiene que conocer las más modernas técnicas y herramientas de gestión de la comunicación corporativa para poder trabajar en las conductas manifiestas y latentes que se expresan hacia adentro de la organización. Cada una de las técnicas posee sus propios y singulares características que les permiten trabajar en los grupos humanos para alcanzar las metas diseñadas. Algunos de los temas que se verán en el desarrollo de la materia son: Discusiones en grupos pequeños, método de diálogos simultáneos, métodos de entrevistas, grupos de reflexión y de juegos.

Prof. Mariela Molinelli

TENDENCIAS PROFESIONALES, SOCIALES Y POLÍTICAS CONTEMPORÁNEAS

Martes de 11,45 a 14 (Sede Pilar)

La asignatura busca presentar a los estudiante un panorama de los principales desafíos que enfrentan en la actualidad los profesionales de la comunicación. Para esto propone un abordaje interdisciplinario del contexto en que operan hoy las organizaciones, que abarque desde los cambios en la sociedad y la opinión pública, hasta los últimas tendencias en materia de comunicación corporativa e institucional. La propuesta se sustenta en dos líneas metodológicas complementarias; el seguimiento regular y continuado de las noticias y temas de actualidad por un lado y el análisis teórico desde el plano académico por otro.

Prof. Guillermo de la Cruz

PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA EN GRÁFICA, RADIO Y TV

Lunes y miércoles de 11.30 a 13 (Sede Centro)

AULA

El productor periodístico es el alma de un programa de radio y TV, y de toda una investigación periodística incluso gráfica. Conoce toda la estructura de los medios y su funcionamiento. Es el mediador entre la empresa y el periodista. Es quien piensa y crea la noticia. El objetivo principal de este taller teórico – práctico es que el alumno incorpore las técnicas necesarias que le permitan desarrollarse en esta actividad de amplia salida laboral e incorporar mecanismos para iniciar contactos con otros periodistas, líderes de opinión, políticos, encuestadores, y responsables de medios.

Profa. Carolina Rossomando

#POSMODERNIDAD#GLOBALIZACION #PENSAMIENTO CRÍTICO

Lunes y miércoles de 11.30 a 13 (Sede Centro)

AULA

A contramano de las tendencias intelectuales hegemónicas, el objetivo de este taller es discutir las transformaciones sociales, económicas, políticas y culturales de las últimas décadas desde el pensamiento crítico. A través de autores que estudian la dinámica social contemporánea (Bauman, Bourdieu, Castel o Sennet), el arte como herramienta de lucha y denuncia de lo establecido (Manu Chao, Quino, Calle 13, Torres García o Keny Arkana), y los espacios de debate entre educador y educandos.

Prof. Damián Andrada

GESTIÓN DE PROYECTOS CULTURALES

Miércoles de 14 a 17 (Sede Centro)

Gestión de proyectos culturales, persigue como propósito que los estudiantes se posicionen como agentes productores de un evento artístico/cultural. Esta propuesta académica emerge por el constante crecimiento de las industrias culturales y la necesidad de desarrollar en los futuros profesionales la capacidad de diseñar ofertas que respondan a las demandas de uno de los ámbitos en los que podrán insertarse. Con esta materia los estudiantes podrán adquirir los conocimientos fundamentales para diseñar e implementar un Festival de cine, atendiendo a su contexto de realización así como desarrollar las capacidades necesarias para desenvolverse como gestores culturales en un evento de dicha índole. y se posicionen como tal.

Prof. Emilia Pugni Reta

TALLER DE PRODUCCIÓN Y EDICIÓN DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS

Asterisco Revista

Lunes y Miércoles de 20.15 a 22.30 (Sede Centro)

LABORATORIO SUBSUELO

El objetivo del taller de es la producción de contenidos periodísticos destinados a ser publicados en *Asterisco*, revista de la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social (USAL). La revista, que se edita habitualmente cada bimestre, brinda a los estudiantes la posibilidad de desarrollarse como futuros profesionales del periodismo, editando y produciendo contenidos propios.

Prof. Milgaros Molina / Prof. Fiorella Palmucci

FOTOGRAFÍA Y LENGUAJE VISUAL

Lunes y Miércoles 21 a 22.30 (Sede Centro)

CPA

Vivimos en la civilización de la imagen. Por lo tanto, tener la posibilidad de enriquecernos fotográficamente si hemos elegido como profesión el Periodismo, nos será de suma utilidad. Todos sabemos sacar fotografías lo importante será, a través de esta materia teórico-práctica, elevar el nivel técnico-creativo. El taller está organizado de tal manera que puede llevarse a cabo tanto con cámaras analógicas o digitales. Los propios alumnos serán los primeros en sorprenderse de lo que son capaces de lograr con el uso de las herramientas de las que dispondrán.

Prof. Casares

SEMINARIO DE MARKETING PARA PERIODISTAS

LUNES 11.45 a 14 (Sede Pilar)

El Seminario de Marketing Periodístico tiene por objetivo destacar los principales aspectos del Producto Informativo, vinculados a las técnicas de Mercadotecnia y la Investigación de Mercados, sin dejar de valorar la misión primera del Periodismo y su responsabilidad como Institución de Contrapoder, deseando así contribuir a la consolidación del espíritu innovador de los futuros profesionales de medios, fomentando a su vez la búsqueda de Soluciones Creativas destinadas a enlazar subjetividad, necesidad y servicio.

Prof. Pinto Maldonado

DISEÑO GRÁFICO DIGITAL. HERRAMIENTAS PARA ARMAR TU PORTFOLIO PROFESIONAL

MARTES y JUEVES 9 a 10.30 (Sede Centro)

Para complementar tu formación académica con la práctica de los programas indispensables en el campo publicitario: Photoshop e Illustrator

Taller de Diseño Gráfico Digital desarrollado para aprender a realizar un portfolio exitoso y ahondar en técnicas de composición, uso del color y manejo del plano.

Se realizarán folletos y avisos, incorporando imágenes fotográficas realizadas por ustedes mismos, analizar técnicas de composición y maneras de ampliar tus recursos gráficos, incorporando, el uso de la tipografía y la creación de un logotipo.

Prof. Carlos Menéndez

HACIA LA DIGITALIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

MARTES y JUEVES 9 a 10.30 (Sede Centro)

Busca proporcionar los contenidos especializados que son requeridos, hoy en día, por las áreas de comunicación de empresas y entidades. Introducir la dinámica de la publicidad y la comunicación institucional en los medios digitales, con el fin de formar a los alumnos sobre las nuevas tendencias y hábitos de consumo de información.

Prof. Bruno Misisca

SEMINARIO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

MARTES y JUEVES 9 a 10.30 (Sede Centro)

El sostenido desarrollo -en la Argentina y en Latinoamérica- de sistemas democráticos estables en el tiempo, crea el contexto que permite a ésta cátedra brindar una formación en comunicación política para integrarse en dos grandes sectores que representan crecientes requerimientos laborales: 1) los medios de comunicación y 2) las organizaciones propias de la política. La didáctica combina formación académica con trabajos prácticos, individuales y grupales (práctica de creación de estrategias políticas, comunicados y discursos) y talleres vivenciales para aproximar el aula al mundo de trabajo real.

Prof. Rubén Morales

HERRAMIENTAS GRÁFICAS PARA LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

MARTES y JUEVES 18.30 a 20 (sede Centro)

Photoshop, Illustrator e Indesign. Cómo realizar la papelería institucional de tu empresa. Cómo crear un aviso publicitario adaptado a diversos medios. Cómo realizar una revista institucional. Modos de color. Retoque de imágenes. Guardado de archivos. Vectorización. Formatos de imagen. Y mucho más.

Profa. Jessica Laurent

ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS EN REDES SOCIALES Y BRANDED CONTENT DIGITAL

MARTES y JUEVES 18.30 a 20 (sede Centro)

La participación de las marcas en redes sociales permite generar diferentes estrategias publicitarias para compañías de gran volumen e internacionales y para las más pequeñas y locales. Además, con la saturación de mensajes publicitarios las marcas se ven desafiadas a innovar y volver a tener la atención de sus audiencias.

El taller tiene como principales objetivos: Conocer estrategias publicitarias en las redes con mayor cantidad de usuarios, analizar las distintas formas de incidencia de los productos y servicios de las marcas en la producción de contenidos y sus prácticas en social media, reconocer los mecanismos publicitarios de captación y fidelización de clientes y prospects, detectar tendencias en la relación de los públicos con los contenidos, diseñar propuestas de estrategia publicitaria en redes sociales. Además, conocer diferentes casos y usos del branded content, una forma de publicidad relativamente nueva que difumina las distinciones convencionales entre lo que constituye la publicidad y lo que constituye el entretenimiento.

Profa. María Laura Rivieri

POTENCIAL CREATIVO. DIRECCIÓN DE ARTE POR COMPUTADORA

Martes de 11:45 a 14 (Sede Pilar)

Desarrollar el potencial creativo en la dirección de arte en publicidad, por medio del uso del programa Illustrator y Photoshop, a partir de una estrategia creativa publicitaria. La creatividad y el armado de todo tipo de piezas gráficas, con el conocimiento conceptual y técnico de los medios necesarios para su producción.

Aprender y perfeccionar el armado de campañas publicitarias y/o su propia carpeta de trabajo.

Prof. Marcelo Torres

IMPORTANTE

- a) Luego del plazo de inscripción sólo se dictarán las asignaturas que cuenten con un cupo mínimo de alumnos.
- b) Los alumnos de 3º y 4º año sólo podrán inscribirse en una materia electiva por cuatrimestre, aunque serán libres de tomar la cantidad de talleres extra curriculares que deseen. Cabe destacar que, una vez realizada la inscripción, no se podrá cambiar la materia electiva elegida.
- c) Los alumnos pueden tomar asignaturas de otras carreras de la Facultad. Los estudiantes de Publicidad pueden tomar materias de los planes de estudio de Periodismo y Relaciones Públicas; los alumnos de Periodismo pueden tomar materias de Publicidad y Relaciones Públicas; los alumnos de Relaciones Públicas pueden tomar materias de Publicidad y Periodismo. Para más información dirigirse a la Oficina de Atención al Alumno (Centro) o al Coordinador Académico (Pilar).
- d) Las asignaturas electivas pueden cursarse a contraturno. Los alumnos de la mañana, en lugar de cursar las electivas y talleres que corresponden a dicho turno, pueden inscribirse en las de la noche o viceversa, y en las que se ofrecen en el turno tarde. Los alumnos del área Pilar pueden elegir asignaturas y talleres del turno tarde o noche en el área Centro.
- e) Los alumnos de 1º y 2º año, así como los egresados, los alumnos de los Ciclos de Licenciatura y los maestrandos pueden tomar materias electivas gratuitamente en modalidad taller extracurricular (se entregarán certificados una vez finalizado el curso y cumplidas sus obligaciones parciales).

**INICIO DE CLASES: 28 DE JULIO
INSCRIPCIÓN HASTA EL 17 DE JULIO INCLUSIVE**

Sede Centro: OFICINA DE ATENCIÓN AL ALUMNO

Sede Pilar: COORDINADOR ACADÉMICO Lic. Matías Prieto Cané
