



Licenciatura en
COMUNICACIÓN SOCIAL



• **Títulos otorgados**

Título de grado: Licenciado en Comunicación Social (4 años)
(opciones en periodismo, comunicación publicitaria, narración audiovisual y comunicación organizacional).

Título intermedio: Técnico en Comunicación Social (3 años).

• **Perfil del graduado**

El Licenciado en Comunicación Social es un profesional universitario que responde con capacidad, creatividad y responsabilidad a las necesidades sociales de comunicación e información en diferentes ámbitos: medios masivos, periodismo, entretenimiento, publicidad, producción audiovisual, organizaciones públicas y privadas.

Durante su formación combina teoría y práctica en un continuo reflexionar sobre lo que hace y aplicando lo que aprende.

Es capaz de:

- Analizar críticamente las necesidades y los problemas de comunicación de la sociedad.
- Identificar las condiciones socioculturales que favorecen el entendimiento con diversos públicos.
- Planificar, realizar y evaluar con rigor metodológico propuestas de comunicación; producir mensajes con creatividad y eficiencia, utilizando adecuadamente lenguajes y medios de comunicación.

• **Autoridades**

Decana: Dra. Adriana Aristimuño

Coordinadora de la Licenciatura: Lic. Paola Papa

Director del Departamento Audiovisual: Dr. Luciano Alvarez

• **Requisito de ingreso**

Bachillerato completo en cualquiera de sus orientaciones.

• **Horarios de clase**

Matutino de 8:00 a 13:00

(requiere dedicación extra aula en laboratorios y prácticas)

• **Inserción laboral**

Los graduados se desempeñan como comunicadores profesionales en:

- La dirección general y en la producción de los medios masivos, especialmente prensa, radio, televisión y multimedia. Como periodistas, editores, corresponsales; directores, productores y conductores de programas, asesores o prestadores de servicios técnicos.
- El asesoramiento como consultores o en la dirección y gestión de la comunicación interna y externa en instituciones públicas, empresas y organizaciones sin fines de lucro. Como comunicadores en programas de capacitación, de inducción, desarrollo del personal; en la gestión de imagen corporativa, de programas de difusión externa; en departamentos de marketing, gabinetes de prensa y de relaciones públicas.
- En la dirección y ejecución en todas las áreas de la publicidad (cuentas, creatividad, medios, etc.) y en la prestación de servicios profesionales independientes para la publicidad.
- En la dirección, producción, elaboración de guiones, dirección técnica y en la realización de productos audiovisuales.
- En el diseño de productos y aplicación de herramientas para las TICs (Tecnologías de Información y Comunicación).

La realización de todos los cursos está condicionada a la inscripción de un número mínimo de estudiantes por grupo, establecido por la Universidad.

Ciclo común

Primer año	Teorías de la comunicación I	Lingüística	Arte I	Comunicación visual I	Fotografía I	Comunicación sonora I	Comunicación sonora II	Comunicación oral I	Agenda de medios I	Taller de escritura I	Teoría y práctica de la argumentación	Historia de la comunicación	Filosofía social y política	Mundo Actual	
Segundo año	Teorías de la comunicación II	Filosofía del lenguaje	Arte II	Comunicación visual II	Fotografía II	Metodología de la investigación I	Comunicación sonora III	Comunicación oral II	Agenda de medios II	Taller de escritura II	Taller de emprendimiento e innovación	Tendencias contemporáneas de la comunicación	Antropología filosófica	Seminario de introducción a la práctica profesional	Comunicación audiovisual

Ciclo profesional | Materias generales

Tercer año	Teorías de la comunicación III	Semiótica	Marco Legal de la información y la comunicación	Principios de gestión	Ética	Metodología de la investigación I
Cuarto año	Teorías de la comunicación IV	Estética	Taller de escritura III	Diseño de proyectos	Seminario de memoria de grado	Metodología de la investigación II

Opciones profesionales

Periodismo	Tercer año	Periodismo escrito I	Periodismo escrito II	Periodismo radial I	Periodismo televisivo I y II	Periodismo en internet	Campo profesional		
	Cuarto año	Periodismo escrito III	Periodismo radial II	Periodismo televisivo III	Periodismo televisivo IV	Dilemas profesionales			
Comunicación publicitaria	Tercer año	Planificación estratégica I	Creación I	Planificación de medios I	Investigación de mercados	Comportamiento del consumidor	Marketing	Taller I	Taller II
	Cuarto año	Planificación estratégica II	Creación II	Planificación de medios II	Producción ejecutiva	Taller III	Taller IV		
Narración audiovisual	Tercer año	Módulo introductorio	Realización I	Realización II	Narrativa I	Narrativa II	Arte escénico I	Arte escénico II	
	Cuarto año	Realización III	Realización IV	Narrativa III	Narrativa IV	Arte escénico III	Arte escénico IV		
Comunicación Organizacional	Tercer año	Teoría de las organizaciones	Cultura organizacional	Comunicación interna	Gestión de recursos humanos	Comunicación externa	Marketing		
	Cuarto año	Análisis de la comunicación organizacional	Negociación	Relaciones públicas	Gestión de la información y el conocimiento	Producción en comunicación organizacional	Práctica en comunicación organizacional		

Materias optativas

Economía
Psicología social
Opinión pública