



Villa Mercedes, 13 de diciembre de 2012.

**VISTO:**

El Expediente **CUDAP: UVM N° 00044-2012** en el cual obran las actuaciones vinculadas a la creación de la carrera denominada **TECNICATURA UNIVERSITARIA EN DISEÑO DE COMUNICACIÓN**; y

**CONSIDERANDO:**

Que la propuesta es innovadora y atiende al proceso de comunicación como un todo e incorpora al profesional de diseño y comunicación al método proyectual brindándole la posibilidad de abordar de forma integral la dinámica de la comunicación.

Que con la creación de esta carrera se pretende satisfacer no sólo una realidad epistemológica sino una demanda no satisfecha por otras áreas de formación profesional, capaces de: operar conocimientos, técnicas y herramientas de la comunicación para la creación de piezas comunicativas adecuadas a determinados contextos de trabajo, asesorar en la producción de mensajes, la formación de la opinión pública y otras actividades relacionados con lo comunicacional, participar en proyectos de investigación relacionados con la complejidad de la problemática comunicacional.

Que lo propuesto es concordante con los principios institucionales:  
2. Conformar una adecuada diversificación de los estudios universitarios presenciales o a distancia que atienda tanto las expectativas y demandas de la sociedad, como a los requerimientos de la cultura y de la estructura productiva. 3. Organizar y desarrollar las actividades de creación y sistematización de conocimiento mediante las modalidades de investigación básica, aplicada y de desarrollo experimental y de aplicación tecnológica, en atención a las necesidades regionales, zonales y nacionales.

  
Dra. Gladys M. Ciuffo  
Rectora Organizadora  
Univ. Nac. Villa Mercedes

  
Dr. ALFREDO VELASCO  
Srio. Gral. y Asuntos Acad.  
Univ. Nac. de Villa Mercedes

Que corresponde emitir acto administrativo

Por ello y en uso de sus atribuciones,

**LA RECTORA ORGANIZADORA DE LA  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE VILLA MERCEDES  
RESUELVE:**

**ARTICULO 1°.- CREAR** la carrera **TECNICATURA UNIVERSITARIA EN DISEÑO DE COMUNICACIÓN** que se dictará en el ámbito de la Escuela de Gestión de Empresas y Economía de la Universidad Nacional de Villa Mercedes.

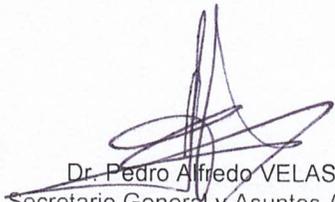
Corresponde RESOLUCION R. N° 105/2012



**ARTICULO 2°.- APROBAR** el Plan de Estudios de la carrera **TECNICATURA UNIVERSITARIA EN DISEÑO DE COMUNICACIÓN** que forma parte de la presente como **ANEXO UNICO**.

**ARTICULO 3°.-** Regístrese, comuníquese, insértese en el Libro de Resoluciones y archívese.

**RESOLUCION R. N° 105/2012**

  
Dr. Pedro Alfredo VELASCO  
Secretario General y Asuntos Académicos  
Universidad Nacional de Villa Mercedes

  
Dra. Gladys María CIUFFO  
Rectora Organizadora  
Universidad Nacional de Villa Mercedes



## ANEXO UNICO

### PLAN DE ESTUDIOS CARRERA TECNICATURA UNIVERSITARIA EN DISEÑO DE COMUNICACIÓN

#### 1-DENOMINACIÓN DE LA CARRERA:

TECNICATURA UNIVERSITARIA EN DISEÑO DE COMUNICACIÓN

#### TÍTULO QUE SE EXPEDIRÁ:

TÉCNICO UNIVERSITARIO EN DISEÑO DE COMUNICACIÓN

#### UNIDAD ACADÉMICA RESPONSABLE:

ESCUELA DE GESTION DE EMPRESAS Y ECONOMIA

#### 2-NIVEL: PREGRADO

#### 3-FUNDAMENTACION

El hombre contemporáneo, su vida y su desarrollo como tal, se sitúan en un presente atravesado por la estructura de la comunicación, eje de relación espacio temporal entre los sujetos sociales; y las formas espaciales de los objetos tecnológicos. Ambas a su vez, están condicionadas por el Diseño, que es la disciplina que proyecta y gestiona su concreción.

Esto quiere decir que el Diseño, como disciplina y como quehacer profesional, forma parte de la compleja trama de relaciones y factores constituyentes del hombre y de sus producciones.

Resulta imprescindible reparar en este punto a los fines de dimensionar que, tanto el Diseño como los problemas que le son propios, deben abordarse desde su implicancia en la vida del hombre y su desarrollo comunicacional, tecnológico, social, laboral, etc.

Este modo de abordaje se sustenta en la consideración del Diseño en relación a:

- la perspectiva cultural, que es tomada como una de las aristas de este enfoque, en tanto se toma en cuenta que la comunicación se inscribe en un conjunto de factores socio culturales desde los cuales se significan los mensajes.

- la perspectiva metodológica en tanto aporta las herramientas teórico-técnicas de investigación social para el abordaje de los problemas de comunicación.

- la perspectiva tecnológica en tanto que para comunicar un mensaje es necesario controlar los procesos de producción de los soportes de comunicación.

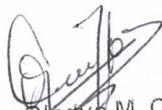
Este conjunto de relaciones fundamentan el quehacer profesional como un proceso que permite partir de una situación inicial y proponer acciones de comunicación tendientes a una situación objetivo.

Cabe señalar que: al proponer una carrera de Técnico Universitario en Diseño de Comunicación, a cursarse en tres años, con un título universitario, se trata de satisfacer no sólo una realidad epistemológica sino una demanda no satisfecha por otras áreas de formación profesional.

Al mismo tiempo la demanda de profesionales del Diseño en Comunicación en los últimos años ha tenido un auge mayor motivado por el incremento de inversión que las organizaciones han volcado al campo de la comunicación institucional.

Apartado ya del estigma de la relación estrecha con el arte actualmente adquiere valor competitivo ya que, con las herramientas que propone, es posible influenciar con mayor efectividad el mercado, estimulando la demanda, y potenciando el posicionamiento de las organizaciones.

Corresponde RESOLUCION R. N° 105/2012

  
Dra. Gladys M. Ciuffo  
Rectora Organizadora  
Univ. Nac. de Villa Mercedes

  
Dr. ALFREDO VELASCO  
Srio. Gral. y Asuntos Acad.  
Univ. Nac. de Villa Mercedes



Este fenómeno ubica al Diseño ya no sólo como disciplina dedicada al acabado final de una pieza de comunicación, ya sea esta visual, auditiva o audiovisual, si no, como factor de gestión dentro de las acciones de comunicación en general. Las empresas han tomado conciencia que pueden vincularse con su público objetivo no sólo a través de los medios tradicionales. Tienen la posibilidad, además, de aprovechar todos los puntos de relación entre las organizaciones y su público. Esto es: personal que integra la organización y que atiende las consultas y pedidos, móviles que transportan y distribuyen los productos, envases que protegen y permiten el traslado de la mercancía, planillas técnicas que definen las características específicas de los objetos o actividades a las que pueden acceder. Ello ha originado que se ponga atención a la información que se brinda por medio de la indumentaria del personal, la gráfica vehicular, el etiquetado de los envases y hasta de las notas de pedido de un producto o servicio. De esta manera se aseguran un mayor volumen de mensajes efectivamente emitidos en el medio.

Las entidades sin fines de lucro y las dependencias gubernamentales también ven en el diseño un camino adecuado para aprovechar al máximo los recursos (muchas veces escasos) de comunicación práctica.

Las carreras de Diseño en general se articulan con un perfil que pondera la ejecución de piezas de comunicación más que la planificación e implementación de acciones de comunicación en las organizaciones.

Esta carrera cuenta con espacios curriculares que le permiten a los egresados adaptarse a los requerimientos actuales de las empresas y organizaciones mediante un método proyectual que posibilita abordar integralmente la dinámica de la comunicación, sea cual fuere el medio que la vehiculiza y planificar una intervención que garantice el cumplimiento de los objetivos comunicacionales planteados.

Los trabajos finales que se presentan al final de la carrera son proyectos ajustados a las realidades que las organizaciones presentan de tal modo que ofrecen alternativas válidas y sustentables.

#### **4-OBJETIVOS DE LA CARRERA:**

Formar recursos humanos capaces de:

- Operar conocimientos, técnicas y herramientas de la comunicación para la creación de piezas comunicativas adecuadas a determinados contextos de trabajo
- Colaborar en la producción de mensajes, la formación de la opinión pública y otras actividades relacionados con lo comunicacional.
- Participar en proyectos de investigación relacionados con la complejidad de la problemática comunicacional.

#### **5-PERFIL DEL TÍTULO:**

El Técnico Universitario en Diseño de Comunicación tendrá conocimientos para:

- Analizar y resolver problemas en las áreas de comunicación informativa, persuasiva y educativa. Con habilidades para la aplicación de metodología de trabajo proyectual que le permita delimitar el problema objeto de intervención, los objetivos, y la planificación de una estrategia de comunicación acorde a las necesidades de la organización en cuestión.

Corresponde RESOLUCION R. N° 105/2012



- Proyectar y producir acciones de comunicación coordinando los aspectos formales, técnicos y fácticos propios del Diseño a los fines de lograr procesos de comunicación eficientes.
- Ejecutar herramientas tecnológicas que permitan desarrollar y controlar los procesos de producción necesarios para lograr una implementación y puesta en uso adecuada de los soportes de comunicación programados.

## 6-ALCANCES DEL TÍTULO

El Técnico Universitario en Diseño de Comunicación tendrá competencias para:

- Desarrollar una metodología proyectual que le permita diagnosticar, plantear estrategias y generar propuestas integrales de comunicación atendiendo a las necesidades de las demandas sociales. (relaciones públicas, eventos, comunicación de empresas, campañas publicitarias, o de educación, programas de radio y televisión, comunicación en red, etc.)
- Seleccionar y administrar recursos y medios apropiados para que la intervención en la comunicación resulte efectiva.
- Realizar piezas comunicativas periodísticas, de diseño o de producción audiovisual en diferentes formatos y soportes.
- Participar, de manera directa en secretarías de prensa y difusión de estructuras gubernamentales, departamentos de diseño, publicidad y marketing de empresas privadas, áreas de comunicación y extensión de organizaciones no gubernamentales, medios de comunicación radial y/o televisiva, comunicación en red, estructuras educativas diversas; e indirecta: trabajando para Agencias de Publicidad, Consultoras de Marketing, o Estudios de Diseño, Productoras de contenido informativo, persuasivo o educativo), con organizaciones y entidades públicas y/o privadas

Dra. Gladys M. Ciuffo  
Rectora Organizadora  
Univ. Nac. Villa Mercedes

## 7-REQUISITOS DE INGRESO A LA CARRERA:

Para ingresar como alumno a la carrera se debe haber aprobado el nivel medio o polimodal de enseñanza. Excepcionalmente, los mayores de 25 años que no reúnan esa condición, podrán ingresar siempre que demuestren a través de evaluaciones pertinentes que tienen preparación y/o experiencia laboral acordes al Plan de estudios.

La documentación requerida para completar el proceso de inscripción es:

Dr. ALFREDO VELASCO  
Oficio. Gral. y Asuntos Acad.  
Univ. Nac. de Villa Mercedes

- 1) Fotocopia autenticada de las dos primeras hojas del Documento Nacional de Identidad y de las hojas en donde consten cambios de domicilio si los hubiera.
- 2) En caso de ser extranjero, es imprescindible la presentación del original y fotocopia del D.N.I. o documentación que lo avale.
- 3) Fotocopia autenticada del Título de Nivel Medio (Secundario o Polimodal) o Constancia Original de Título de Nivel Medio en Trámite. Excepcionalmente, los aspirantes que adeuden materias para concluir el Nivel Medio serán preinscritos provisoriamente presentando un certificado de estudios de Nivel Medio Incompleto, siendo la fecha límite para completar los estudios de Nivel Medio y presentar la documentación, el mes de Abril del año de inscripción.
- 4) Excepcionalmente, los mayores de 25 años que no reúnan esa condición, podrán ingresar siempre que demuestren, a través de evaluaciones elaboradas por la Universidad Nacional de Villa Mercedes, de acuerdo a la normativa vigente,

Corresponde RESOLUCION R. N° 105/2012



que garantice aptitudes y conocimientos suficientes para cursar los estudios satisfactoriamente.

5) Constancia de que el alumno aprobó el Curso de Nivelación que se inicia en Febrero del año de inscripción.

## 8-ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

El Plan de Estudios de la carrera de Técnico Universitario en Diseño de Comunicación se organiza en base a la siguiente curricula que distribuye asignaturas en tres años con su correspondiente crédito horario y correlatividades.

### MALLA CURRICULAR

Cod	Espacio curricular	Cuatri- mestre	Campo de formación	Carga horaria				correlati- vidades
				T/sem	P/sem	sem	totales	
<b>PRIMER AÑO</b>								
2301	Historia de la Comunicación	1	CFF	-	-	4	64	-
2302	Proceso de Diseño	1	CFE	-	-	4	64	-
2303	Taller de Diseño de Comunicación I	1	CFE	-	-	6	96	-
2304	Teoría y Gestión de la Comunicación	1	CFF	-	-	6	96	-
2305	Narrativa I	1	CFG	-	-	2	32	-
2306	Seminario de Comunicación I	2	PP	6	2	8	128	2303
2307	Laboratorio I	2	CFE	-	-	5	80	-
2308	Semiótica I	2	CFF	-	-	5	80	-
2309	Estética	2	CFF	-	-	5	80	-
2310	Narrativa II	2	CFG	-	-	2	32	2305
Total por año				6	2	47	752	
<b>SEGUNDO AÑO</b>								
2311	Taller de Diseño de Comunicación II	1	CFE	-	-	6	96	2303
2312	Inglés I	1	CFG	-	-	4	64	-
2313	Laboratorio II	1	CFE	-	-	5	80	2307
2314	Semiótica II	1	CFF	-	-	4	64	2308
2315	Mercadotécnica I	1	CFE	-	-	4	64	-
2316	Tecnología I	2	CFE	-	-	4	64	-
2317	Laboratorio III	2	CFE	-	-	6	96	2313
2318	Inglés II	2	CFG	-	-	4	64	2312
2319	Seminario de Comunicación II	2	PP	6	2	8	128	2306 2311
2320	Mercadotécnica II	2	CFE	2		2	32	2315
Total por año				8	2	47	752	
<b>TERCER AÑO</b>								
2321	Taller de Diseño de Comunicación III	1	CFE	6	2	8	128	2311
2322	Discurso Audiovisual I	1	CFE	-	-	4	64	-
2323	Laboratorio IV	1	CFE	-	-	6	96	2313
2324	Tecnología II	1	CFE	-	-	4	64	2316
2325	Portugués	1	CFG	-	-	2	32	2318
2326	Discurso Audiovisual II	2	CFE	-	-	4	64	2322
2327	Ética y Deontología	2	CFG	-	-	4	64	-
2328	Tecnología III	2	CFE	6	2	8	128	2324
2329	Taller de Diseño de Comunicación IV	2	CFE	6	2	8	128	2321
2330	Seminario final	2	PP	6	3	9	144	*
Total por año							912	
<b>Total de la carrera</b>							<b>2416</b>	

CFG: Campo de Formación General  
 CFF: Campo de Formación de Fundamento  
 CFE: Campo de Formación Especifica  
 PP: Práctica Profesional

Corresponde RESOLUCION R. N° 105/2012



\*Para cursar el Seminario Final es necesario tener cursadas todos los espacios curriculares de la carrera.  
Criterio de correlatividades: los espacios curriculares deben estar regularizados para cursar y APROBADOS para rendir examen final o promocionar.

### **Organización de la carrera**

El plan está organizado en cuatros campos de formación que engloban conocimientos integrados o integrables y que posibilitan el logro de los objetivos terminales del mismo.

Dichos campos son:

#### Campos de Formación General

Comprende todos los espacios curriculares que proporcionan al alumno conocimientos acerca de los saberes que le posibiliten lograr una sólida e íntegra formación intelectual.

El objetivo del área es abordar saberes que posibiliten la participación activa, reflexiva y crítica en los diversos ámbitos de la vida laboral y socio cultural, el desarrollo activo y el desenvolvimiento de una actitud ética respecto del cambio tecnológico.

Abarca los siguientes espacios curriculares:

Campos de Formación General

Narrativa, Narrativa II, Idioma I, Idioma II, - Idioma III, Ética y Deontología Profesional

Porcentaje relativo del área: 17%

#### Campos de Formación de Fundamento

Comprende aquellos espacios curriculares que proporcionan al alumno la formación fundamental del plan de estudio.

El objetivo del área consiste en lograr que el alumno internalice los conocimientos básicos que servirán de fundamentos a las aplicaciones concretas y abarca los siguientes espacios curriculares:

Campos de Formación de Fundamento

Historia de la Comunicación, Teoría y Gestión de la Comunicación, Semiótica I, Estética, Semiótica II

Porcentaje relativo del área: 27%

#### Campos de Formación Específicos

Comprende todos los espacios curriculares que proporcionan al alumno conocimientos específicos que se aplican en el ámbito de su profesión.

El objetivo del área es otorgar a los alumnos el conocimiento de las técnicas y estrategias que necesita para su profesión y abarca los siguientes espacios curriculares: Campos de Formación Específico

Proceso de Diseño, Taller de Diseño de Comunicación I, Laboratorio I, Taller de Diseño de Comunicación II Laboratorio II, Mercadotecnia I, Tecnología I, Laboratorio III, Mercadotecnia II, Taller de Diseño de Comunicación III, Discurso Audiovisual I, Laboratorio IV, Tecnología II

Taller de diseño IV, Tecnología III, Taller de Diseño de Comunicación V

Porcentaje relativo del área: 34 %

#### Campos de Formación de la Práctica Profesionalizante

Comprende todos los espacios curriculares que implican la aplicación de las capacidades adquiridas.

**Corresponde RESOLUCION R. N° 105/2012**



**9-OBJETIVOS, CONTENIDOS MÍNIMOS DE CADA ASIGNATURA:**

**Asignatura: HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN**

**Objetivos:** Conocer los acontecimientos de diferentes momentos históricos que influyeron en la comunicación. Contextualizar los fundamentos de la comunicación como herramienta de desarrollo social

**Contenidos mínimos:** Origen y evolución de la significación. La difusión del conocimiento. La imprenta. El libro. Los cambios tecnológicos. Los medios de difusión masiva. El cine, la radio, la Televisión. La publicidad. La era satelital. Internet y redes sociales.

**Asignatura: PROCESO DE DISEÑO**

**Objetivos:** Conocer la metodología proyectual que permite gestionar un proceso de diseño. Comprender el alcance de cada paso procesal. Desarrollar habilidad en el manejo de problemas de diseño.

**Contenidos mínimos:** Metodología proyectual. La recopilación. La investigación. El diagnóstico. Hipótesis de trabajo. El concepto y la idea. La estrategia de intervención. La producción de alternativas. El desarrollo de un programa de intervención. La realización tecnológica. La puesta en uso y la evaluación de resultados.

**Asignatura: TALLER DE DISEÑO EN COMUNICACIÓN I**

**Objetivos:** Comprender las acciones de comunicación como sistemas. Desarrollar habilidad en el manejo de elementos verbales y no verbales para el desarrollo de manifiestos de comunicación básicos.

**Contenidos mínimos:** Estructura de comunicación y composición verbal. Orden, disposición y organización. Principio sistémico. Retroalimentación y equifinalidad. Sistemas y subsistemas. Principio serial. Planificación del acto comunicacional. Construcción del estilo. Implementación del sistema comunicacional.

**Asignatura: TEORÍA Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN**

**Objetivos:** Conocer la función social de la comunicación. Comprender las significaciones compartidas en la comunicación cotidiana. Identificar las herramientas que participan en la producción de comunicación.

**Contenidos mínimos:** Fundamentos de la comunicación humana. El lenguaje, la sociedad y la cultura. Modelos de comunicación. Comunicación casual e intencional. Proceso de comunicación y filtros. La significación. Concepto y composición de signo. Clasificación y niveles de análisis de signos. Proceso perceptual: fisiológico y psicológico. Leyes de la Gestalt. Estructura y Técnicas compositivas.

**Asignatura: NARRATIVA I**

**Objetivos:** Conocer los elementos básicos de la narrativa. Analizar el tiempo, los tipos de narrador, personajes y temáticas de la narrativa.

**Contenidos mínimos:** Géneros y subgéneros narrativos. Estructura de la narración. Estructura argumental. Formas verbales. El narrador. El personaje. El idiolecto de los personajes. El estilo directo e indirecto. Manipulación del tiempo de la historia. El ritmo narrativo.

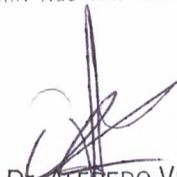
**Asignatura: SEMINARIO DE COMUNICACIÓN I**

**Objetivos:** Integrar los conocimientos adquiridos en el primer año para gestionar una acción de comunicación integral básica. Transferir la aplicación de herramientas a una problemática real.

**Contenidos mínimos:** Identificación y análisis de los objetivos de comunicación. Generación de diagnóstico. Planteo de Estrategias de intervención. Generación de la

Corresponde RESOLUCION R. N° 105/2012

  
Dra. Gladys M. Ciuffo  
Rectora Organizadora  
Univ. Nac. Villa Mercedes

  
Dr. ALFREDO VELASCO  
Srío. Gral. y Asuntos Acad.  
Univ. Nac. de Villa Mercedes



idea. Producción de la propuesta. Planificación y gestión de implementación. Evaluación de resultados y conclusión.

**Asignatura: LABORATORIO I**

**Objetivos:** Conocer los instrumentos operativos básicos que intervienen en un proceso de comunicación. Desarrollar habilidades para manejar procesadores de texto, imagen y sonido que intervienen en la difusión e intercambio de información.

**Contenidos mínimos:** Equipamiento operativo de comunicación. Dispositivos manuales, mecánicos electrónicos y digitales. Ingreso, almacenamiento y salida. Procesamiento digital de datos. Edición de contenido verbal, icónico y cromático. Planificación y puesta en uso de acciones de comunicación en tiempo real.

**Asignatura: SEMIÓTICA I**

**Objetivos:** Conocer la teoría semiótica que contempla el universo de los signos y códigos en el cual el hombre está inmerso. Comprender los procesos semióticos del hombre en la cultura.

**Contenidos mínimos:** Teoría de los signos. Semiótica y Semiología. Comunicación, interpretación y significación. Discurso sónico y esquema narrativo. Cooperación textual. Codificación cultural. Cuadrado semiótico.

**Asignatura: ESTÉTICA**

**Objetivos:** Conocer los elementos estéticos que intervienen en la comunicación. Comprender cómo influyen los procesos estéticos en la recepción comprensión e interacción comunicacional.

**Contenidos mínimos:** Percepción estética y cultura. Categorías estéticas. Objeto estético y acto de comunicación. Función, valor y contexto. Fases de producción y valoración estética de un objeto comunicacional. Polos problemáticos de la producción estética. Estética y ética.

**Asignatura: NARRATIVA II**

**Objetivos:** Conocer los aspectos semiológicos de la narrativa. Conocer diferentes alternativas para la producción narrativa dependiendo de los medios de difusión de la información.

**Contenidos mínimos:** Variantes narrativas. Manipulación de los elementos narrativos controlando aspectos semióticos o estéticos en función de objetivos comunicacionales específicos. Nuevas estructuras narrativas.

**Asignatura: TALLER DE DISEÑO EN COMUNICACIÓN II**

**Objetivos:** Integrar las funciones de los signos gráficos en la comunicación de las organizaciones. Adquirir habilidades para la generación de procesos morfológicos para la creación de textos visuales. Desarrollar habilidades para gestionar sistemas básicos de comunicación visual.

**Contenidos mínimos:** Escritura y Tipografía. Los signos en el sistema escrito. Factores gráficos y lingüísticos de la letra. Caligrafía y tipografía actual. Tipografía e impresión. Fuente tipográfica. Sintaxis y semántica tipográfica. Tipografía e Identidad visual. Forma, función y sustancia. Visibilidad, legibilidad e inteligibilidad. Del nombre a la marca. Sistemas de identificación visual. Soportes de identidad visual. Normalización de uso del sistema de identidad visual. Aplicación sistémica. Tipografía y composición.

**Asignatura: IDIOMA I**

**Objetivos:** Conocer las herramientas estructurales del idioma inglés. Comprender, interpretar y traducir un texto técnico en idioma inglés.

Corresponde RESOLUCION R. N° 105/2012

Dra. Gladys M. Ciuffo  
Directora Organizadora  
Univ. Nac. Villa Mercedes

Dr. ALFREDO VELASCO  
Sr. Gral. y Asuntos Acad.  
Univ. Nac. de Villa Mercedes



**Contenidos mínimos:** Nociones gramaticales. Elementos estructurales: Sustantivos, verbos, preposiciones, partículas. Expresiones simples y compuestas. Tiempos verbales.

**Asignatura: LABORATORIO II**

**Objetivos:** Conocer las herramientas de procesamiento de textos, gráficos e imágenes en la composición de piezas visuales. Adquirir habilidades para la manipulación digital de elementos gráficos básicos.

**Contenidos mínimos:** Escritura y tipografía. Edición de texto en graficadores vectoriales. Herramientas de control de atributos de relleno y borde de objetos. Variantes en la generación y tratamiento de textos. Familias, fuentes y estilos. Estructura tipográfica. Composición y autoedición. Manejo del color y las formas gráficas en la edición vectorial. Sistemas de impresión y producción gráfica.

**Asignatura: SEMIÓTICA II**

**Objetivos:** Reconocer y distinguir las figuras retóricas en la creación e interpretación de discursos visuales. Reconocer cómo se alcanza la significación y la formación del campo semiótico global.

**Contenidos mínimos:** El sentido y la codificación cultural de los signos: las figuras retóricas. Recorrido generativo de la significación. Semiosis ilimitada. Virtualidades y valorizaciones de los discursos. Categorías e ideologías semióticas.

**Asignatura: MERCADOTECNIA I**

**Objetivos:** Comprender los conceptos básicos del modelo de intercambio de bienes y servicios. Conocer los factores que influyen en dicho proceso.

**Contenidos mínimos:** Sociedad de producción a sociedad de consumo. Introducción al Marketing. Producción, producto y venta. Empresa y mercado. Ambiente de la Mercadotecnia. Análisis de los mercados. Segmentación. Posicionamiento. Producto marca y envase. Precio. Plaza y canales. Promoción comercial.

**Asignatura: TECNOLOGÍA I**

**Objetivos:** Conocer los diferentes recursos tecnológicos que se utilizan en la comunicación visual de las organizaciones. Adquirir habilidad para la gestión de esos recursos.

**Contenidos mínimos:** Tecnología al servicio de la producción gráfica de piezas comunicacionales. Pre-impresión, impresión, post-impresión. Entornos analógico y digital. Impresión a demanda e impresión a escala. Tecnologías tradicionales y de avanzada. Sistemas operativos y entornos gráficos. Software y Mindware. Criterios y metodología para la toma de decisiones tecnológicas.

**Asignatura: LABORATORIO III**

**Objetivos:** Conocer las herramientas de imágenes en la producción de piezas visuales. Adquirir habilidades para la toma, edición y reproducción analógica y digital de imágenes.

**Contenidos mínimos:** Fotografía e imagen. Captura de imágenes: medios mecánicos y medios digitales. Elementos y características de la composición fotográfica. Luz e Iluminación. Formatos y almacenamiento de imágenes. Edición digital de imágenes de mapa de bits. Formatos a archivos. Importación y exportación de imágenes. Sistemas de control y ajustes del color. Retoque fotográfico. Filtros y efectos especiales.

**Asignatura: IDIOMA II**

**Objetivos:** Conocer las herramientas lingüísticas necesarias para la comprensión de un texto técnico en inglés. Conocer el proceso para la elaboración de correspondencia comercial en inglés.

Corresponde RESOLUCION R. N° 105/2012

  
ra Gladys M. Ciuffo  
Rectora Organizadora  
Univ. Nac. de Villa Mercedes

  
Dr. ALFREDO VELASCO  
Dir. de Asuntos Acad.  
Univ. Nac. de Villa Mercedes



**Contenidos mínimos:** Lectura comprensiva. Herramientas gramaticales. Verbos regulares e irregulares. Forma imperativa de los verbos. Formatos y estilos comerciales. Correspondencia comercial. Estrategias. Formas fijas y típicas. Interpretación y respuesta. Vocabulario específico.

**Asignatura: SEMINARIO DE COMUNICACIÓN II**

**Objetivos:** Integrar los conocimientos adquiridos en el segundo año para gestionar una acción de comunicación visual integral. Transferir la aplicación de herramientas a una problemática real.

**Contenidos mínimos:** Identificación y análisis de los objetivos de comunicación visual. Generación de diagnóstico. Planteo de Estrategias de intervención. Generación de la idea. Producción de la propuesta visual. Planificación y gestión de implementación. Evaluación de resultados y conclusión.

**Asignatura: MERCADOTECNIA II**

**Objetivos:** Identificar modelos de comportamiento de usuarios y consumidores. Conocer los factores que intervienen en el proceso de decisión de compra, adquisición de bienes o servicios, adición a propuestas políticas o campañas solidarias.

**Contenidos mínimos:** Modelo de toma de decisión. Solución de problemas. Estado real y estado deseado. Búsqueda y evaluación de alternativas. Tipos y fuentes de información. Proceso de evaluación de la información. Comportamiento de compra. Técnica de merchandising. Evaluación post-compra. Marketing, publicidad y propaganda. Consumo simbólico. Consumo virtual. Marketing social y político.

**Asignatura: TALLER DE DISEÑO EN COMUNICACIÓN III**

**Objetivos:** Integrar las funciones de los signos visuales y ambientales en la comunicación de entorno de las organizaciones. Desarrollar habilidades para gestionar sistemas de comunicación compuestos.

**Contenidos mínimos:** Entorno y lenguaje. Realidad y virtualidad. Dialéctica entre individuo y entorno. Coherencia en un discurso discontinuo. Categorías comunicacionales. Tiempo y espacio. Manejo de signos verbales y no verbales en un entorno. Secuencia y serie de mensajes. Lo visual, lo textual, lo ambiental. Percepción compleja y discurso.

**Asignatura: DISCURSO AUDIOVISUAL I**

**Objetivos:** Conocer los aspectos técnicos, discursivos y metodológicos básicos de una producción audiovisual. Integrar las herramientas lingüísticas en un discurso audiovisual.

**Contenidos mínimos:** Imagen fija e ilusión del movimiento. De la fotografía al cine. Escala de planos. La estructura narrativa audiovisual. El sonido. Registro sonoro, planos y fuentes sonoras. Cambio de paradigma en las imágenes y los regímenes de visibilidad. La imagen virtual. Virtualizaciones del cuerpo y del texto.

**Asignatura: LABORATORIO IV**

**Objetivos:** Conocer las herramientas básicas para la edición y producción de mensajes de entorno real y virtual. Adquirir habilidades para el manejo de instrumentos digitales en la producción audiovisual.

**Contenidos mínimos:** Imagen y video. Captura, edición y almacenamiento de imágenes en movimiento. Entorno web.

**Asignatura: TECNOLOGÍA II**

**Objetivos:** incorporar elementos de solución y técnicas para producir productos y contenidos visuales de diseño multimedia, que incluyen video, sonido, animación, interactividad y soportes específicos

**Corresponde RESOLUCION R. N° 105/2012**



**Contenidos mínimos:** Productos multimedia online. Aspectos técnicos. Relación usuario e interface. Organización del multimedia interactivo online. Diseño visual de interface. Interactividad. Diseño sonoro aplicado. Aplicación de video. Aplicación de animación bidimensional.

### Asignatura: IDIOMA III

**Objetivos:** Conocer las herramientas lingüísticas necesarias para mantener una buena comunicación en portugués. Adquirir las habilidades lingüísticas necesarias para comprensión y expresión oral y escrita en portugués.

**Contenidos mínimos:** Fonética, lingüística y gramática, elementos generales. Vocabulario. Verbos, Artículos definidos e indefinidos. Pronombres, preposiciones y contracciones. Adverbios de tiempo. Expresiones comunes.

### Asignatura: DISCURSO AUDIOVISUAL II

**Objetivos:** Conocer las herramientas para comprender la problemática de la imagen en la era digital, analizando las circunstancias históricas, sociales y tecnológicas, y las especificidades de la producción y el discurso audiovisual.

**Contenidos mínimos:** Resignificación de la noción de imagen. La imagen virtual. Ciberespacio, hipertexto. Nuevos modelos comunicacionales. dimensión estética en la imagen digital. La deconstrucción y los medios digitales. Creación audiovisual programada. Orígenes y desarrollo de los efectos especiales. Efectos digitales.

### Asignatura: ÉTICA Y DEONTOLOGÍA GENERAL

**Objetivos:** Comprender las nociones éticas fundamentales. Integrar la habilidad profesional con el criterio racional

**Contenidos mínimos:** Ética y moral. El proceso de reflexión ética. Fenómeno ético. Condiciones, libertad. Principismo. Consecuencialismo. Utilitarismo. El cálculo hedonista. Deontología y deber. Deberes en el ejercicio profesional. Instrumentos para regular la conducta.: Códigos. El marketing social. Ética e internet.

  
ra, Gladys M. Ciuffe  
Rectora Organizadora  
Univ. Nac. Villa Mercedes

### Asignatura: TECNOLOGÍA III

**Objetivos:** Conocer herramientas de solución y alternativas técnicas para la generación de productos de diseño multimedia que incluyen video, sonido, animación, interactividad y soportes específicos offline (CD, DVD). comprende la relación entre las etapas de la producción de un proyecto digital multimedia offline, sus alternativas de concretización, estructuración y pensamiento proyectual sistémico y organizativo.

  
r. ALFREDO VELASCO  
no. Gral. y Asuntos Acad.  
iv. Nac. de Villa Mercedes

**Contenidos mínimos:** Captura de la imagen en movimiento. Conceptos esenciales de edición digital de video. Aplicación de tipografía en las presentaciones multimedia. Aplicación de efectos especiales. Conceptos de animación digital 2D. Footage y sus aplicaciones. Secuencia de video animado. Secuencia de video e interactividad. Planificación de un proyecto de video interactivo offline. Ajustes técnicos de un proyecto de video interactivo offline.

### Asignatura: TALLER DE DISEÑO EN COMUNICACIÓN IV

**Objetivos:** Integrar las funciones de los signos visuales y sonoros en la comunicación audiovisual de las organizaciones. Desarrollar habilidades para gestionar mensajes integrales incorporando múltiples accesos a la información.

**Contenidos mínimos:** Diseño multimedia: etapas del proceso. El guión multimedia. Recursos compositivos y multimedia. Narrativas contemporáneas e interactividad. Arquitectura de la información e interactividad. Elementos de un proyecto multimedia. Lenguaje multimedial, estéticas y estilos. Aplicación del lenguaje multimedial. Imagen comunicacional digital e impresa.

Corresponde RESOLUCION R. N° 105/2012



# UNViMe

Universidad Nacional de Villa Mercedes

**Asignatura: SEMINARIO FINAL**

**Objetivos:** Integrar los conocimientos adquiridos en el tercer año para gestionar una acción de comunicación audiovisual integral. Transferir la aplicación de herramientas a una problemática real.

**Contenidos mínimos:** Identificación y análisis de los objetivos de comunicación audiovisual. Generación de diagnóstico. Planteo de Estrategias de intervención. Generación de la idea. Producción de la propuesta visual. Planificación y gestión de implementación. Evaluación de resultados y conclusión.

Dr. ALFREDO VELASCO  
Srio. Gral. y Asuntos Acad.  
Univ. Nac. de Villa Mercedes

Dra. Gladys M. Ciuffo  
Rectora Organizadora  
Univ. Nac. Villa Mercedes