
INVESTIGACION:

Área/s a la que se incorporará:

“Procesos de comunicación, políticas de comunicación y medios masivos”

Línea/s de investigación:

- Públicos, consumo de medios, tecnología y productos culturales masivos

DOCENCIA:

Asignatura/s

- Comunicación Institucional / Taller de Medios Interactivos
-

-Contenidos Mínimos-

Asignatura/s: Comunicación Institucional

Nociones de organizaciones e instituciones; su entrecruzamiento. Los grupos de las organizaciones. Modalidad de grupos: instituidos/instituyentes. Los públicos de las organizaciones. La importancia de la definición estratégica de los públicos en las organizaciones. Imagen Corporativa. El proceso transformador de la identidad a la Imagen

Modelos de organización según su razón social: organizaciones públicas, comerciales y civiles sin fines de lucro. Estrategias comunicacionales en las organizaciones públicas y de gobierno, comerciales y ONGs. La comunicación alternativa/comunitaria. El rol del comunicador en las organizaciones populares. Herramientas de la auditoria. Elementos y técnicas de diagnóstico social y comunitario.

La crisis en las organizaciones, públicas, comerciales y civiles sin fines de lucro: estrategias comunicacionales para el abordaje.

-Contenidos Mínimos-

Asignatura/s: Taller de Medios Interactivos

Conceptos de interactividad, desarrollo de vínculos y conexión. Elaboración de redes, armado de árboles generales. Interacción simultánea de la información. Comprensión y armado de una estructura comunicacional. El medio como soporte, lenguajes gráficos y audiovisuales. Procesamiento de la información, elaboración y optimización de contenidos. El medio interactivo: dinámica, accesibilidad, navegación. Instrumentación y herramientas de programación para armado web.