



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE AGRONOMIA
Av. San Martín 4453 (1417) Buenos Aires -Tel. 4541- 4524-8042 - Fax 4541- 4514-8737



-CARRERA DE MARTILLERO Y CORREDOR PÚBLICO RURAL -

DINÁMICA DE LA COMUNICACIÓN HUMANA- 2009

Docente: Lic. Valeria Marcela Conte
Cont.Público Pablo Boquin

Fundamentación:

Esta asignatura tiene como propósito introducir a los alumnos en las nociones básicas de la comunicación en sus diferentes dimensiones: interpersonal, masiva y social e institucional. El concepto de comunicación es amplio y vasto, debido a que abarca las dimensiones anteriormente mencionadas, lo colocan en un plano de vital importancia para el desempeño de cualquier disciplina que implique la interacción entre sujetos.

Por tal motivo se busca que los alumnos conozcan conceptos básicos de estas tres dimensiones a partir de la visión crítica y teórica de diferentes autores.

La asignatura, además se propone que los alumnos obtengan herramientas que les permitan un buen desempeño en el plano de la comunicación interpersonal, que les permita un mejor desempeño en su profesión; como así también que dominen todo aquello concerniente a las estrategias de promoción, publicidad y difusión de sus negocios.

Finalmente se espera que los alumnos puedan crear y desarrollar estrategias comerciales que les permita desempeñarse en la actividad profesional de negociación.



Objetivos Generales:

- Introducir a los alumnos en las nociones básicas que integran el universo de la comunicación humana.
- Que los alumnos puedan manejar y dominar conceptos básicos de oratoria y expresión escrita.
- Que los alumnos se desempeñen con soltura y dinamismo en cualquier situación de comunicación interpersonal.
- Que puedan tener una visión y lectura crítica y aguda sobre los mensajes que se difunden en los medios de comunicación masiva.
- Que conozcan y manejen las herramientas ligadas al marketing en las técnicas de venta.

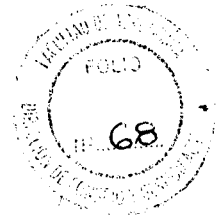
Contenidos Conceptuales:

La materia se divide en tres grandes unidades conceptuales.

Unidad 1: La comunicación interpersonal: Nociones, vertientes teóricas y últimas investigaciones al respecto. Universo de la comunicación humana, axiomas y principios. Lenguaje verbal y para verbal. Concepto de meta comunicación. Marketing personal, vicios de la oratoria y problemas de expresión. Nociones de oratoria y expresión escrita. La comunicación interpersonal en la era digital.

Unidad 2: La comunicación masiva y social: Orígenes de los distintos medios de comunicación masiva, prensa gráfica, radio y televisión. Creación de los mensajes en los medios, criterios de selección, jerarquización y tratamiento de la información en los medios. Casos prácticos. Narrativas mediáticas, los diferentes modos de narrar de los medios de comunicación. El discurso de la publicidad, conceptos, nociones teóricas. Estrategias del mensaje publicitario. Análisis del discurso publicitario, casos prácticos.

Unidad 3: Comunicación institucional y empresarial: Marketing, distintos tipos de marketing y campañas. La comunicación en las técnicas de venta. Campañas: elaboración, técnicas de promoción y comunicación comercial. Medios directos de comunicación: tipos y funcionamiento. Casos prácticos. La comunicación institucional, conceptos y diferencias con la comunicación interpersonal.



Metodología de trabajo y evaluación:

La metodología de trabajo durante la cursada se basará en la exposición de los temas desarrollados en los contenidos de la asignatura. Se trabajará la modalidad de debate y exposición y análisis de casos prácticos, como así también se realizarán relevamientos y controles de lectura.

El régimen de promoción es sin examen final obligatorio, es decir que se obtiene la promoción de la cursada con el 75% de la asistencia a las clases y la promoción de dos instancias de evaluación parcial de las cuales se debe obtener un promedio de siete (7).

Cronograma de cursada:

Comienzo: Sábado 14 de marzo (de 8 a 12 hs y de 14 a 18 hs)

Segundo encuentro: Viernes 27 de marzo (de 8 a 12 hs, 14 a 18 hs y de 18 a 22 hs)

Tercer encuentro: Sábado 18 de abril (de 8 a 12 hs y de 14 a 18 hs)

Cuarto encuentro: Sábado 16 de mayo (de 8 a 12 hs y de 14 a 18 hs)

Quinto encuentro: Viernes 29 de mayo (de 8 a 12 hs, 14 a 18 y de 18 a 22 hs)

Sexto encuentro: Sábado 13 de junio (de 8 a 12 hs y de 14 a 18 hs)

Séptimo encuentro, cierre y evaluación: Viernes 26 de junio (de 8 a 12 hs, 14 a 18 y de 18 a 22 hs)





Bibliografía:

Unidad 1:

- * Berlo, David "El proceso de la Comunicación", Ed. El Ateneo, Bs As 2008
- * Ceberio, Marcelo "La Buena Comunicación. Las posibilidades de la interacción humana" Capítulos I, II, III y IV Ed. Paidós, 2006
- * Facultad de Ciencias Sociales.-UBA- Carrera de Ciencias de la Comunicación, Apuntes de Semiótica 1 y 2. Publicación de la cátedra Traversa y Del Coto. Bs. As 1999
- * Fernandez, Jorge "La expresión oral. Persuasion", Ed: Lumiere Bs. As. 2005.
- * Zecchetto, Victorino "Seis semiólogos en busca del lector" Ed. La Crujía, Bs. As. 2008.

Unidad 2:

- * Ford, Aníbal "Literatura, crónica y periodismo" en A. Ford, J.B. Rivera y E. Romano, Medios de Comunicación y cultura popular Bs. As, Legasa 1985
- * Cronología de los comienzos de la radiodifusión y la televisión en Historia General de los Medios y Sistemas de Comunicación, Segundo cuatrimestre 1998, Documento 2 Cátedra: Jorge B. Rivera, Facultad de Ciencias Sociales U.B.A
- * Rincón, Omar, "Narrativas Mediáticas, o como se cuenta la sociedad del entretenimiento" Ed. Gedisa, Barcelona 2006
- * Antología "El discurso de la publicidad" Ed. Colihue Bs. As 1997

Unidad 3:

- * Bonta, Patricio y Farber, Mario "199 preguntas sobre Marketing y Publicidad" Ed. Grupo Norma, Colombia 1994
- * Enique Meyer Promoción 1 y 2 Guía para una estrategia eficaz, Cátedra: Motto-Cassese, Carrera de Marketing de la Fundación de Altos Estudios Comerciales, Bs. As 2007
- * Apuntes de cátedra de la materia Comunicaciones Integradas Cátedra: Motto-Cassese, Carrera de Marketing de la Fundación de Altos Estudios Comerciales, Bs. As 2007
- * Kotler, Philip "Las preguntas mas frecuentes sobre Marketing" Ed Norma Colombia.