

09

José C. Paz, 21 DIC 2018

VISTO:

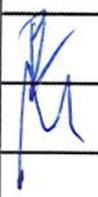
El Estatuto de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ aprobado por Resolución del entonces MINISTERIO DE EDUCACIÓN N° 584 del 17 de marzo de 2015, el REGLAMENTO DE FUNCIONAMIENTO DEL CONSEJO DEPARTAMENTAL DE ECONOMÍA, PRODUCCIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA aprobado por Acta N° 2 del citado Consejo de fecha 26 de marzo de 2018, el Expediente Nro. 672/2018, del Registro de esta UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ, y

CONSIDERANDO:

Que por el Expediente del VISTO tramitan las propuestas de programas de la carrera de Tecnicatura Universitaria en Comercio Electrónico, correspondientes a las siguientes asignaturas: Principios de Economía (3103) y Comunicación Institucional (3104).

Que es competencia de este CONSEJO DEPARTAMENTAL aprobar y supervisar los programas curriculares de las carreras a su cargo, garantizando que aquellos se ajusten a los contenidos mínimos definidos en los correspondientes Planes de Estudios.

Que habiendo sido puestos a consideración del CONSEJO DEPARTAMENTAL en la Sesión N° 5, registrada en el Acta N° 5 del 16 de agosto de 2018, este Cuerpo Colegiado compartió los términos y contenidos de los referidos

UNPAZ


instrumentos, por lo que resulta necesario aprobar los respectivos programas de las asignaturas detalladas.

Que la presente medida se adopta en ejercicio de las atribuciones conferidas por los artículos 77, inciso f), del Estatuto de la UNIVERSIDAD, y 1º, inciso d) y 7º, inciso c), del Reglamento de Funcionamiento de este Consejo Departamental.

Por ello,

**EL CONSEJO DEPARTAMENTAL
DE ECONOMÍA, PRODUCCIÓN E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ**

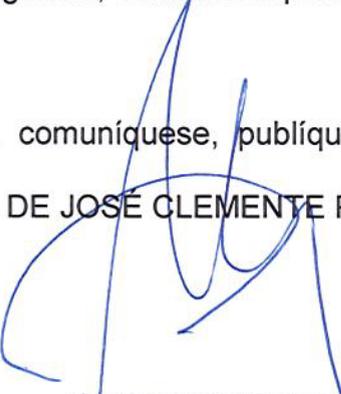
DISPONE:

ARTÍCULO 1º.- Apruébanse los programas de la carrera de Tecnicatura Universitaria en Comercio Electrónico que se adjuntan como Anexo a la presente, correspondientes a las siguientes asignaturas: Principios de Economía (3103) y Comunicación Institucional (3104).

ARTÍCULO 2º.-Establécese que los programas aprobados precedentemente, tendrán DOS (2) años de vigencia, contados a partir del semestre siguiente al de su aprobación.

ARTÍCULO 3º.-Regístrese, comuníquese, publíquese en el Boletín Oficial de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ y cumplido, archívese.

UNPAZ



Lic. Santiago Monaco
Director de Coordinación
de Órganos de Gobierno
Secretaría general UNPAZ


Mg. PABLO J. LÓPEZ
Director
Depto. de Economía, Prod. e Innov. Tec.
Universidad Nacional de José C. Paz

PROGRAMA UNIDAD CURRICULAR			
Departamento	Departamento de Economía, Producción e Innovación Tecnológica.		
Carrera/s	Tecnatura en Comercio Electrónico.		
Nombre de la unidad curricular	Principios de Economía	Código	3103
Docente responsable	Pablo López Cintia Gasparini		
Año de presentación del programa	2018		
1. Carga horaria			
Horas de clase semanales	4hs.		
Horas de clase totales	64 hs.	Horas totales clases teóricas	64 hs.
		Horas totales clases prácticas	
		Otras horas totales (laboratorio, trabajo de campo, etc.)	
2. Unidades correlativas precedentes en el Plan de Estudios			
Denominación			Código
No hay unidades correlativas precedentes.			
3. Contenidos mínimos según Plan de Estudios			
<p>Conceptos y definiciones básicas en economía. Escasez, elección y costo de oportunidad. Frontera de Posibilidades de Producción. Demanda individual y de mercado, oferta de una empresa y de la industria. Equilibrio. Elasticidades. Introducción a la teoría del consumidor y a la teoría de la firma. Estructuras de mercado. Introducción a la macroeconomía: Ecuación económica fundamental y el modelo de las tres brechas. Sector real, sector monetario y sector público. La inflación, causas y consecuencias. El sector externo y los mercados cambiarios.</p>			
4. Fundamentación			
<p>La asignatura <i>Principios de Economía</i> pretende familiarizar a los/las estudiantes con las principales teorías, conceptos y relaciones básicas para analizar la problemática económica. El abordaje de los diferentes temas es desde una visión heterodoxa, crítica, histórica y contemporánea, dando cuenta de los problemas económicos actuales de nuestro país y de la Provincia de Buenos Aires, ya que entendemos a la ciencia económica como una herramienta para pensar el desarrollo local y nacional.</p> <p>Este enfoque implica no desconocer a la visión ortodoxa y tradicional de la economía (la economía neoclásica), pero no circunscribirse a él, sino incorporar enfoques heterodoxos, como el keynesiano, el poskeynesiano, el estructuralista, el institucionalista o el marxista, que resultan más comprensivos y brindan elementos sustantivos para comprender la realidad de nuestras economías y los problemas del desarrollo económico.</p>			

P

Llevar adelante esta propuesta de abordaje, implica alejarse de los libros de texto o manuales más difundidos, que se mantienen en la superficie de los fenómenos económicos sin dar cuenta de las causas profundas y diversas de cada uno de ellos y que presentan los temas en forma acrítica y a-histórica. Este estilo de los textos básicos de Economía se debe, en gran medida, a las propias características de la que la economía neoclásica (derivada de las teorías marginalistas de la segunda mitad del siglo XIX, luego retomadas y sistematizadas por Marshall hacia la década de 1870), que es la corriente principal y dominante en el estudio y la enseñanza de la economía. Esta corriente del pensamiento económico entiende a la ciencia económica como aplicable a cualquier momento y contexto histórico y se presenta a sí misma como un conjunto de preceptos, supuestos y recetas que deberían cumplirse en la práctica, para garantizar el buen funcionamiento económico.

Para la economía neoclásica, los mecanismos de mercado garantizan la asignación de recursos de bienes y servicios más eficiente. La ciencia económica neoclásica, entonces, se encarga de demostrar este resultado, así como indicar bajo qué condiciones los mercados se ven impedidos de funcionar correctamente. La principal enseñanza de esta corriente del pensamiento económico, que pretende ser aplicable a cualquier espacio económico, es que los mayores esfuerzos deben estar concentrados en dejar que los mercados se autorregulen en condiciones de competencia. Al Estado, en consecuencia, se le reserva el papel mínimo de velar por el buen funcionamiento de los mercados, garantizando la flexibilidad absoluta tanto de las variables (los precios), como de los recursos (incluida la fuerza de trabajo, considerada un factor de producción más, como la tierra y el capital).

En este marco, el desafío que abordamos en el desarrollo de esta asignatura es desarrollar un enfoque y un método de enseñanza que permita formar futuros profesionales con pensamiento crítico y una visión historizada y problematizada de la disciplina. Esto implica no circunscribir la bibliografía a los manuales ortodoxos, sino introducir enfoques alternativos, haciendo referencia a las circunstancias históricas en las que se fueron generando los conceptos y la problemática que apuntaban a describir y resolver. Un punto fundamental adicional es la necesidad de introducir el análisis de problemáticas propias de las economías latinoamericanas en general y la economía argentina en particular, utilizando bibliografía específica. Entendemos que se trata de una forma superadora de enseñanza de los conceptos económicos, presentando todas las dimensiones de estos fenómenos complejos que lejos están de ser mono-causales como pretende la teoría económica de corte neoclásica, dando cuenta a su vez de la dimensión histórica de las diferentes visiones teóricas.

5. Objetivos

El objetivo principal es familiarizar a los/las estudiantes con el manejo de los conceptos fundamentales de la economía, de tal manera que, con un pensamiento crítico y una visión historizada de la disciplina, puedan comprender las características generales de la situación económica, decodificar los discursos económicos y las políticas económicas, y aplicarlos para enriquecer el ejercicio de su profesión.

Asimismo, se proponen los siguientes objetivos específicos:

- Comprender las principales relaciones causales entre las variables económicas según diferentes enfoques teóricos.
- Brindar elementos para la comprensión de los impactos de diferentes políticas económicas.
- Comprender los grandes rasgos de las principales corrientes del pensamiento económico, así como los contextos históricos en los cuales surgieron y se desarrollaron.
- Comprender las especificidades de las economías en desarrollo en general, y en particular

de la economía argentina.

- Brindar herramientas básicas para la búsqueda y el manejo de indicadores económicos.

6. Contenidos (organizados por unidades)

Unidad 1: El estudio de la economía en perspectiva histórica

¿Cómo surge la economía como ciencia y cuál es su especificidad? Limitaciones de la definición tradicional de Economía que la circunscribe al estudio de la asignación de recursos escasos para satisfacer múltiples necesidades. La ciencia económica como ciencia social históricamente determinada. Breve recorrido por las distintas escuelas del pensamiento económico, los conceptos fundamentales y los contextos históricos en los que surge cada una.

Unidad 2: Los autores clásicos, la teoría del valor y la crítica marxista

La economía política de Adam Smith y David Ricardo: la división del trabajo, la visión liberal de la economía y los mercados competitivos, el comercio internacional (la teoría de las ventajas absolutas); las leyes de granos y la teoría de las ventajas comparativas; la distribución, la renta diferencial de la tierra y teoría del valor. Marx y su crítica a la economía política clásica: el método de la economía política de Marx, la teoría del valor y la ganancia.

Unidad 3: La economía neoclásica: la utilidad, la Ley de Say y el pleno empleo

El capitalismo en la segunda mitad del siglo XIX y el surgimiento del marginalismo. Teoría subjetiva del valor. Maximización de la utilidad. Maximización del beneficio. La función de producción. Oferta y Demanda en competencia perfecta. La economía de la oferta: la teoría cuantitativa del dinero y la Ley de Say. El mercado de trabajo. El pleno empleo. El ahorro y la inversión. Los efectos de las políticas monetarias: dicotomía entre las variables reales y las monetarias.

Unidad 4: Introducción al Análisis Macroeconómico. Producción y Agregados

La contabilidad nacional: la ecuación macroeconómica fundamental y las formas de medir el producto y el ingreso en una economía nacional. PIB nominal y PIB real. Componentes de la Demanda Agregada.

Unidad 5: La revolución keynesiana

La crisis del 30 y los límites de la economía neoclásica. Los ciclos económicos y la visión de Keynes en la Teoría General. El concepto de demanda efectiva. El rol de Estado y de las políticas fiscales y monetarias. La función consumo. Los determinantes de la inversión. El multiplicador del gasto y de la inversión. La paradoja de la frugalidad. Modelo simple de determinación de la renta. Funciones del dinero, oferta y demanda de dinero. El rol de los bancos centrales y la política monetaria. Oferta y demanda agregada en condiciones de flexibilidad de precios.

Unidad 6: Los enfoques teóricos de los problemas económicos argentinos y latinoamericanos

Balanza comercial y balance de pagos. Tipo de cambio y regímenes cambiarios. Los efectos de una devaluación a partir de la condición Marshall Lerner. La transición de los modelos agroexportadores a la industrialización sustitutiva de importaciones en América Latina. El estructuralismo. Los ciclos de stop and go y las devaluaciones contractivas. Estructuras productivas desequilibradas. La inflación: el monetarismo vs el estructuralismo. El neoliberalismo y su impacto en la región

Unidad 7: Neoliberalismo y consenso de Washington

La crisis del petróleo y la vuelta a la economía neoclásica. Las políticas económicas de Thatcher y

Reagan. El rol del FMI y las condicionales en la política económica. La lógica económica de los planes de ajuste. El consenso de Washington. El rol de los organismos financieros internacionales. Apertura comercial y desregulación financiera. La tasa de interés doméstica y su interacción con la tasa de interés internacional. Las crisis en los países en desarrollo y el efecto contagio.

Unidad 8: Los dilemas del desarrollo argentino

El rol del tipo de cambio en el desarrollo. Las causas de la inflación y como combatirla. La dinámica del endeudamiento externo y sus efectos. Instrumentos para el financiamiento del desarrollo. Empleo, desempleo, distribución del ingreso e inclusión social.

7. Bibliografía obligatoria y complementaria (organizada por unidades)

Unidad 1: El estudio de la economía en perspectiva histórica

Bibliografía Obligatoria

- Costa, A.; Langer, A. y Rodríguez, J. (2003), *Fundamentos de Economía*, Buenos Aires. Capítulo 1.
- Méndez Morales, José Silvestre (2014). *Fundamentos de economía para la sociedad del conocimiento*, McGraw-Hill. Unidad I Parte 2 y Unidad III

Bibliografía Complementaria

- Filadoro, Ariel (2002), *Economía, política, ideología e historia. Breve reseña crítica de la historia del pensamiento económico*, en: Marcaida (Coord.): Estudios de Historia Económica y Social. Ed. Biblos. Buenos Aires.
- Ha-Joon Chang (2015). *Economía para el 99% de la población*, Penguin Random House Grupo Editorial España. Capítulos 1, 2 y 3.

Unidad 2: Los autores clásicos, la teoría del valor y la crítica marxista

Bibliografía Obligatoria

- Méndez Morales, José Silvestre (2014). *Fundamentos de economía para la sociedad del conocimiento*, McGraw-Hill. Unidades IV y V.
- Marx, Karl (1976), *Salario, Precio y Ganancia*, Ediciones en Lenguas Extranjera, República Popular China.

Bibliografía Complementaria

- Filadoro, Ariel (2002), *Economía, política, ideología e historia. Breve reseña crítica de la historia del pensamiento económico*, en: Marcaida (Coord.): Estudios de Historia Económica y Social. Ed. Biblos. Buenos Aires.
- Zambon, Humberto y Giuliani, Adriana (2011), *Introducción al Pensamiento Económico*. Neuquén: EDUCO - Universidad Nacional del Comahue. Capítulos I, II y III.
- Kicillof, A. (2010). *De Smith A Keynes. Siete Lecciones de Historia del Pensamiento Económico*, EUDEBA. Lecciones 2 y 3.

Unidad 3: La economía neoclásica: la utilidad, la Ley de Say y el pleno empleo

Bibliografía Obligatoria

- Méndez Morales, José Silvestre (2014). *Fundamentos de economía para la sociedad del conocimiento*, McGraw-Hill. Unidades IV y V.
- Costa, A.; Langer, A. y Rodríguez, J. (2003), *Fundamentos de Economía*, Buenos Aires. Capítulos 2 a 5.

Bibliografía Complementaria

- Becker, Víctor y Mochón, Francisco (2008). *Economía. Principios y aplicaciones*, Mc Graw Hill, 4ª edición. Capítulos 2 a 5.

- Kicillof, A. (2010). *De Smith A Keynes. Siete Lecciones de Historia del Pensamiento Económico*, EUDEBA. Lección 5.

Unidad 4: Introducción al Análisis Macroeconómico. Producción y Agregados

Bibliografía Obligatoria

- Damill, M. (2004), *Macroeconomía y políticas económicas en Argentina: una introducción*, CEDES, Buenos Aires. Capítulo 2.

Unidad 5: La revolución keynesiana

Bibliografía Obligatoria

- Damill, M. (2004), *Macroeconomía y políticas económicas en Argentina: una introducción*, CEDES, Buenos Aires. Capítulo 4.
- Costa, A.; Langer, A. y Rodríguez, J. (2003), *Fundamentos de Economía*, Buenos Aires. Capítulos 9 a 11.
- Banco Central de la República Argentina (2008), *El Banco Central y sus políticas*, Mimeo.
- Becker, Víctor y Mochón, Francisco (2008). *Economía. Principios y aplicaciones*, Mc Graw Hill, 4ª edición. Capítulo 15.

Bibliografía Complementaria

- Méndez Morales, José Silvestre (2014). *Fundamentos de economía para la sociedad del conocimiento*, McGraw-Hill. Unidades VI y VII.
- Kicillof, A. (2010). *De Smith A Keynes. Siete Lecciones de Historia del Pensamiento Económico*, EUDEBA. Lección 6.

Unidad 6: Los enfoques teóricos de los problemas económicos argentinos y latinoamericanos

Bibliografía Obligatoria

- Damill, M., (2004), *Políticas Macroeconómicas en Economías Abiertas*, CEDES, Buenos Aires. Parte I.
- Olivera, J. H. G. (1965), *Inflación estructural y política financiera*, Conferencia pronunciada en la Academia Nacional de Ciencias Económicas el 12 de mayo de 1965.

Bibliografía Complementaria

- Braun, O. y Joy, L. (1981), *Un modelo de estancamiento económico - Estudio de caso sobre la economía argentina*, Desarrollo Económico, Vol. 20, No. 80. (Jan. - Mar., 1981), pp. 585-604.
- Ferrer, A. (varias ediciones), *La economía argentina. Desde sus orígenes hasta principios del siglo XXI*, Fondo de Cultura Económica. Cuarta parte.
- Diamand, M. (1977), *Hacia el cambio de paradigma económico a través de la experiencia de los países en desarrollo*, en Revista Económica, Vol 27, Nro 1-2.

Unidad 7: Neoliberalismo y Consenso de Washington

Bibliografía Obligatoria

- Ferrer, A. (varias ediciones), *La economía argentina. Desde sus orígenes hasta principios del siglo XXI*, Fondo de Cultura Económica. Quinta parte.
- Williamson, John (1990), *Lo que Washington quiere decir cuando se refiere a reformas de las políticas económicas*. En: La cultura de la estabilidad y el consenso de Washington, Manuel Guitián y Joaquim Muns (directores), Ed. La Caixa, Barcelona.

Bibliografía Complementaria

- Rapoport, Mario (2010), *Las políticas económicas en Argentina: una breve historia*. Buenos Aires, Booket. Capítulos 6, 7 y 8.
- Stiglitz, J. (1998), "Más instrumentos y metas más amplias para el desarrollo. Hacia el consenso post-Washington", en Desarrollo Económico, Vol. 38, Nº 151, octubre-diciembre 1998, IDES,

Buenos Aires.

Unidad 8: Los dilemas del desarrollo argentino

Bibliografía Obligatoria

- López, Pablo y Girard, Christian (2017), *Deuda para todos y todas*, Revista Bordes, UNPAZ, Buenos Aires.
- Fabris, J. et. al. (2017), *Apuntes para el desarrollo de Argentina*, Programa Interdisciplinario de la UBA para el Desarrollo, PIUBAD, Universidad de Buenos Aires. Capítulos 1 y 2.

Bibliografía Complementaria

- Méndez Morales, José Silvestre (2014). *Fundamentos de economía para la sociedad del conocimiento*, McGraw-Hill. Unidad IX.
- Porta, F. y Bianco, C. (2004), *Las visiones sobre el desarrollo argentino: consensos y disensos*. Documento de trabajo Nro. 13, Centro Redes.

8. Metodología de trabajo

La modalidad de trabajo en la asignatura propone combinar diferentes modos de abarcar los contenidos. Por un lado, se contemplan encuentros de carácter expositivo, donde el docente presenta y profundiza los temas y conceptos sustantivos de cada unidad temática.

Por otro lado, se incluyen lecturas de textos de autores originales para debatir y analizar con los/las estudiantes a partir de guías de preguntas.

También se contemplan instancias de trabajo en clase sobre artículos periodísticos o de revistas especializadas, de modo que las/los alumnos/as apliquen el instrumental teórico para analizar problemas económicos reales y aprendan a decodificar los discursos económicos en la práctica de la política económica y en los medios de comunicación. Se plantean instancias de debate oral para compartir puntos de vista y ejercitar la argumentación fundada en conceptos y teorías económicas.

Adicionalmente, se trabaja con bases de datos económicos, para que los/las estudiantes aprendan a buscar e interpretar la información económica, tanto histórica como de actualidad.

Se contempla el acompañamiento de la bibliografía con material audiovisual, que contribuya a una mayor aproximación por parte de los alumnos a la disciplina. Existen múltiples documentales y películas que tratan la problemática económica global y nacional desde diferentes perspectivas.

En forma paralela, se acompaña la cursada presencial con la apertura de un aula virtual que servirá de repositorio de la totalidad de la bibliografía trabajada en formato digital, así como también como espacio de debate e intercambio.

Sin perjuicio de lo mencionado previamente, la metodología de trabajo se ajustará eventualmente si se presentan contingencias particulares o las características de cada grupo de alumnos/as lo requieran.

9. Evaluación (Requisitos de aprobación y criterios de evaluación)

Los requisitos y criterios de evaluación de la materia se rigen por lo establecido en el Régimen General de la UNPAZ: se plantean dos instancias de exámenes parciales presenciales, una instancia de examen presencial *recuperatorio* para cada parcial y una instancia de examen integrador, este último en el caso de que el/la estudiante no hubiera promocionado la asignatura. En todos los casos, la calificación tendrá en cuenta el grado y alcance de la comprensión y el manejo del conjunto de conceptos y teorías desarrollados en la asignatura.

Además de los exámenes presenciales, se propone a los alumnos la elaboración de trabajos domiciliarios que permitan una mayor profundidad de análisis y elaboración propia. La entrega de los trabajos es de carácter optativo y complementa la calificación final de la materia.

Por su parte, los exámenes finales implican la instancia final de evaluación de la asignatura y, en

consecuencia, comprenden todo el programa con el alcance, enfoque y profundidad allí definidos. El estudiante tiene derecho a solicitar se le de vista de los exámenes finales escritos, una vez que los mismos se hayan calificado. Asimismo, tiene derecho a solicitar fundamentación explícita de la calificación. A tal fin se fijará día y hora de consulta en un plazo no mayor a los cinco (5) días hábiles posteriores a la publicación de las calificaciones de las evaluaciones escritas. Los estudiantes regulares rendirán examen final según el programa de la asignatura correspondiente a la fecha en que hubieren cursado. Los estudiantes libres lo harán según el programa vigente al momento del examen.

10. Instancias de práctica (opcional)

--

11. Cronograma de actividades teóricas y prácticas

Semana 1	Presentación de la asignatura: programa y organización del curso Unidad 1: El estudio de la economía en perspectiva histórica
Semana 2	Unidad 2: Smith, Ricardo y Marx. Teoría objetiva del valor (bienes, mercado, precio, valor). Teoría de la distribución: Salario, productividad. Ganancia. Renta de la tierra. Plusvalía.
Semana 3	Unidad 3: La economía neoclásica. Necesidades y bienes. Utilidad. Salario y productividad marginal. Ganancia y renta.
Semana 4	Unidad 3: La economía neoclásica (cont.). Ley de Say, pleno empleo. Equilibrio macroeconómico.
Semana 5	Unidad 3: La economía neoclásica (cont.). Repaso y consultas previos al examen.
Semana 6	Primer examen parcial
Semana 7	Unidad 4: Factores de producción. Sectores económicos (agro, industria, servicios). Sector público, privado, externo. Cuentas Nacionales. PIB.
Semana 8	Unidad 5: La revolución keynesiana. Consumo e inversión. El sector público: gasto, resultado fiscal. Equilibrio macroeconómico. Ciclos económicos.
Semana 9	Unidad 5 (cont.): Funciones del dinero, oferta y demanda de dinero. El rol de los bancos centrales y la política monetaria. Oferta y demanda agregada en condiciones de flexibilidad de precios.
Semana 10	Unidad 6: Los enfoques teóricos de los problemas económicos argentinos y latinoamericanos. Primera parte: Economía Abierta.
Semana 11	Unidad 6: Los enfoques teóricos de los problemas económicos argentinos y latinoamericanos (cont.). Segunda parte: Inflación.
Semana 12	Unidad 7: Neoliberalismo y consenso de Washington
Semana 13	Unidad 8: Los dilemas del desarrollo argentino. Deuda, pobreza, desempleo. Repaso y consultas previos al segundo examen.
Semana 14	Segundo examen parcial
Semana 15	Examen Recuperatorio
Semana 16	Entrega de Notas

Firma docente responsable	
Firma Departamento Académico	

B



PROGRAMA

Departamento: Departamento de Economía, Producción e Innovación Tecnológica	
Carrera: Tecnicatura Universitaria en Comercio Electrónico	
Nombre la unidad curricular: Comunicación Institucional	Código: COMPLETAR

Carga horaria			
	Clases teóricas	Clases prácticas	Otras
Horas de clase semanales	3	1	
Horas de clase totales	48	16	

Equipo docente
Docente responsable: Tomás Forster
Integrantes del equipo docente:
Observaciones:

Unidades correlativas precedentes en el Plan de estudios			
Aprobadas	Código	Cursadas	Código
No posee	*	No posee	*

Contenidos mínimos según Plan de Estudios
Tipos de organización y sus formas de comunicación. Definición de sistemas comunicacionales y estructura organizacional. Cohesión organizacional y organización del discurso. Gestión del discurso global de una organización: lo comercial, lo institucional y lo interno. Gestión de la comunicación en entornos virtuales: especificidades. Comunidades de práctica como modo de construcción y circulación del conocimiento de una organización. Procesos y acciones para la mejora continua de la circulación de la información. Tipos básicos de comunicación interna: direccionalidad, panorama sobre herramientas de comunicación, interactividad y producción: potencialidades y criterios de uso. Canales de comunicación: definición, carencias, subutilización y/o saturación. Estrategias de trabajo: interpretación, evaluación y planificación. Ideas y retroalimentación, recorridos de la información y relevancia. Estudio de casos.

Período de vigencia del presente programa
Desde: 1er cuatrimestre 2018
Hasta: 2do cuatrimestre 2020

**Fundamentación**

Surgida como disciplina académica a mediados del siglo pasado, vinculada desde su origen al ámbito empresarial-comercial, la comunicación institucional es un área en constante innovación, con un alto grado de versatilidad y desarrollo. El surgimiento, despliegue y consolidación del sistema digital generó una serie de novedades que reconfiguraron la vida social y productiva. En este contexto, la comunicación transita un proceso de aceleradas y profundas transformaciones. Así como el modo de informar e informarse se alteró con la irrupción de los dispositivos y aplicaciones virtuales, el ámbito de la comunicación institucional también recibió el influjo de estas innovaciones con el desafío de adecuar y dinamizar sus posibilidades a los cambios en curso.

En dicho marco, adquiere una nueva relevancia la comprensión y generación de contenidos actualizados en lo que se refiere a la comunicación organizacional en sus diversas variantes.

Ligada a otros campos como el de la publicidad, el marketing, la comunicación social y las relaciones públicas, la comunicación institucional se nutre de todas estas disciplinas en pos de lograr una estrategia de comunicación eficaz dirigida tanto al entorno como al interior de las organizaciones.

El conocimiento y análisis de las herramientas y usos de la comunicación permite mejorar los vínculos intrainstitucionales, interinstitucionales y de cada organización con la sociedad. A su vez, ofrece un conjunto de pautas y criterios que le proporcionan a cada entidad una estrategia de difusión y circulación afin con sus propósitos y características. Las herramientas teórico-prácticas proporcionadas permiten diseñar estrategias comunicacionales adaptados a los diversos tipos de organización existentes -empresas, establecimientos educativos, agencias estatales, ONG, cooperativas, organismos internacionales, emprendimientos solidarios, organizaciones sociales, sindicatos, fundaciones, asociaciones civiles, etc-.

La asignatura propone realizar un recorrido por los desafíos y dimensiones actuales del vínculo entre las diversas organizaciones y sus respectivas modalidades comunicacionales tanto en lo que refiere a la vida interna como externa de las instituciones.

A partir de diferentes y complementarias dimensiones de análisis, se trata de comprender y situar el rol de la comunicación organizacional en relación a los actores colectivos e individuales que intervienen y al contexto en el que se desarrolla la interacción institucional-comunicacional tanto en su entorno más específico e inmediato como en el contexto de época más general.

La propuesta está basada en un enfoque multidisciplinario que, haciendo eje en las cuestiones comunicacionales, articule elementos propios de la sociología de las organizaciones, la historia social y los estudios culturales.

En el marco del plan de estudio de la Tecnicatura en Comercio Electrónico, que cuenta en su primer



año con la presente materia, se pondrá especial énfasis en las especificidades de la comunicación comercial, en sus usos y alcances, y en sus similitudes y diferencias con la comunicación institucional.

Objetivos

La asignatura se propone que los estudiantes puedan:

- Conocer y describir las teorías y conceptos comunicacionales fundamentales.
- Abordar y conocer el desarrollo histórico del concepto de comunicación.
- Comprender la relación entre la dimensión comunicacional y la institucional.
- Comprender y conocer los principales elementos, actores y prácticas que conforman la comunicación institucional.
- Problematizar el papel de la comunicación institucional en la sociedad actual.
- Reconocer y entender los diversos tipos de organizaciones y sus respectivos propósitos y modalidades de comunicación.
- Reconocer y reflexionar sobre diferentes estrategias comunicacionales en relación a casos concretos de diversas instituciones, entidades y organizaciones.
- Conocer el uso de nuevas tecnologías y soportes que puedan optimizar la comunicación institucional.
- Conocer e indagar en los procesos básicos de comunicación interna.
- Conocer y comprender las especificidades de la comunicación comercial en el marco más general de la comunicación institucional.

Contenidos

Unidad 1: Introducción a la comunicación

- 1.1. Introducción al concepto de comunicación.
- 1.2. Genealogía de la comunicación: despliegue y desarrollo de la comunicación moderna.
- 1.3. Definición, teorías y conceptos comunicacionales fundamentales.
- 1.4. La construcción de la opinión pública. La comunicación de masas. Modelos comunicacionales.
- 1.5. Los desafíos de la comunicación en Argentina y América Latina.

Unidad 2: La comunicación institucional

- 2.1. Sentido y significado de la comunicación institucional.
- 2.1. El desarrollo de la comunicación institucional.
- 2.2. El presente de la comunicación institucional: viejos y nuevos formatos.

Y



2.3. Funciones de la comunicación institucional.

2.4. Periodismo, publicidad y comunicación institucional.

Unidad 3: Tipos de organizaciones y modalidades de comunicación institucional

3.1. Modelos organizacionales: estatal, empresarial, mixto, burocrático, asociaciones civiles, ONG.

3.2. Relación entre gestión y comunicación.

3.3. Estrategias comunicacionales en base a estudios de caso.

3.4. Repertorio de acción de la comunicación institucional.

Unidad 4: Procesos de la comunicación interna

4.1 Públicos y actores internos: clasificación.

4.2. Estructura de la comunicación interna: relación entre el diseño y aplicación de la comunicación interna y el plan estratégico de la institución.

4.3. Procesos de comunicación interna: mensajes, herramientas, recursos, métodos y técnicas.

4.4. Complementariedad estratégica entre la comunicación interna y externa.

Unidad 5: Comunicación comercial

5.1. La comunicación orientada a fines comerciales y/o productivos.

5.2. Comunicación, mercado y economía social.

5.3. Características, elementos y etapas del proceso de comunicación comercial.

5.4. Integración del plan de comunicación comercial en la comunicación institucional de la organización.

Bibliografía (obligatoria y complementaria)

Unidad 1: Introducción a la comunicación

Bibliografía obligatoria:

- Bauman, Z. (2000). Modernidad líquida, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

- Abatedaga, N. (comp.) (2008). Introducción a las Teorías de la Comunicación. Córdoba: Editorial Brujas., capítulo 1.

- García Canclini, N. (1995). Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización, Grijalbo, México DF.

Bibliografía complementaria:

Handwritten signature or mark in blue ink.



- Bognoux, D. (1999) "Los círculos de la comunicación", en Introducción a las ciencias de la comunicación, Buenos Aires, Nueva Visión.

- Habermas, J. (1994) Historia y crítica de la opinión pública Gustavo Gili Barcelona.

Unidad 2: La comunicación institucional

Bibliografía obligatoria:

- Rodrich Portugal, R. (2012), "Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión", Revista de comunicación.

- Kaplún, G. (2002). Seis maneras de pensar la imagen organizacional, en Memorias del VI Congreso de ALAIC, SantaCruz de la Sierra.

Bibliografía complementaria:

- García Canclini, N. (1995). Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización, Grijalbo, México DF.

Unidad 3: Tipos de organizaciones y modalidades de comunicación institucional

Bibliografía obligatoria:

- Pfeffer, J. (1987). Organizaciones y teoría de la organización, Editorial El Ateneo, Buenos Aires.

- Túnnez, M. (2011). La gestión de la comunicación en las organizaciones, Comunicación Social, Zamora (España).

Bibliografía complementaria:

- Bourdieu, P. (1997), "Espíritus de Estado. Génesis y estructura del campo burocrático", en Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción, Anagrama, Barcelona.

Unidad 4: Procesos de la comunicación interna

Bibliografía obligatoria:

- Álvarez Teijero, C. (2014), Introducción: Empresa, cultura y comunicación interna. En Brandolini, M.A. Conversaciones: la gestión del diálogo en organizaciones desafiantes. Buenos Aires: Ed. La Crujia. (pp. 19-34).

- Losada, Díaz, J.C. (2004), Gestión de la Comunicación en las Organizaciones, Madrid, Ariel.

Bibliografía complementaria:

- Dubet, F. (2007), "El declive y las mutaciones de la institución", Revista de Antropología Social, Vol.16, Madrid.



Unidad 5: Comunicación comercial

Bibliografía obligatoria:

- Fleming, P. y Alberdi, M.J. (2000), Hablemos de marketing interactivo: reflexiones sobre marketing digital y comercio electrónico, ESIC, Pozuelo de Alarcón (Madrid).
- Barquero Cabrero, JD (2005), Comunicación Estratégica. Relaciones Públicas, publicidad y marketing, McGraw-Hill.

Bibliografía complementaria:

- Boszkowski, P., Mitchelstein, E., Matassi, M., "Vivir en las redes", en Revista Anfibia. Disponible en <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/vivir-en-las-redes/>.
- Klein, N. (2001), No Logo: El poder de las marcas, Paidós, Buenos Aires, introducción y cap. 1.

Metodología de trabajo

La cursada de la materia se desarrollará centralmente en base a las exposiciones orales del docente a cargo. Cada clase estará compuesta, por un lado, por tres horas de exposición teórica centrada en la bibliografía obligatoria prevista. A su vez, se buscará generar una conversación pedagógica basada en los comentarios, consultas y reflexiones desarrolladas por los estudiantes en relación a los temas y autores tratados.

De modo complementario, un segmento de cada clase consistirá en la siguiente serie de instancias pedagógicas: acceso a material que ilustre los temas tratados en diversos soportes digitales o impresos, lecturas de investigaciones sobre tópicos de la comunicación institucional, ejercicios de análisis a partir de estudios de casos y trabajos prácticos de los alumnos sobre algunas de las cuestiones vinculados a la comunicación institucional.

Evaluación

Se realizarán dos exámenes parciales: la primera instancia consistirá en un parcial presencial y la segunda en un trabajo monográfico domiciliario que relacione y desarrolle dos o más de los temas contenidos en la cursada.

Cada instancia de parcial contará con una instancia de recuperatorio para aquellos alumnos que obtuvieron una calificación de menos de 7 (puntos) o que estuvieron ausentes en la fecha del parcial por causa justificada.

Requisitos de aprobación: se rigen por lo establecido en el Régimen General de Estudios de Grado y Pregrado de la UNPAZ :

- Asistencia mínima del 75% (setenta y cinco por ciento)
- Para promocionar la materia de manera directa: los y las estudiantes deberán haber obtenido una calificación de 7 (siete) o más puntos como promedio de las instancias evaluativas, sean éstas parciales o sus recuperatorios, debiendo obtener una nota igual o mayor a 6 (seis) puntos en cada una de éstas.
- Al finalizar el cuatrimestre, está prevista una evaluación integradora destinada a los estudiantes que no han alcanzado la promoción, habiendo obtenido entre 4 (cuatro) y 6 (seis) puntos en promedio en los exámenes parciales y como mínimo un 4 (cuatro) en cada instancia o en sus respectivos recuperatorios. Dicha evaluación brinda la posibilidad de aprobar sin necesidad de llegar a la instancia de examen final.
- Aquellos estudiantes que hayan obtenido una calificación promedio entre 4 (cuatro) y 6 (seis) puntos en ambos exámenes parciales y/o sus recuperatorios y no hayan aprobado o asistido al examen integrador, podrán aprobar la materia mediante examen final, debiendo haber aprobado los parciales con una nota mínima de 4 (cuatro).

Instancias de práctica

En cada clase se destinará una hora a la puesta en acto de actividades prácticas desarrolladas en grupos sobre estudios de caso y análisis de diversas experiencias comunicacionales contemporáneas. También, se prevé la utilización de registros audiovisuales vinculados con las cuestiones pertinentes de la materia.

Cronograma de actividades teóricas y prácticas

Semana 1 a 3: unidad 1

Semana 4 a 6: unidad 2

Semana 7 a 9: unidad 3

Semana 8: Primera evaluación

Semana 9 a 11: unidad 4

Semana 12 a 14: unidad 5

Semana 15: Segunda evaluación

Semana 16: Recuperatorios. Finalización de la cursada. Cierre de notas.





09

P