

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SEMINARIOS OPTATIVOS – 1° CUATRIMESTRE 2025

Te invitamos a inscribirte a las materias electivas de tu carrera para el 1° Cuatrimestre / 2025, pero te recomendamos que antes de tomar una decisión leas este instructivo con mucha atención.

INSCRIPCIÓN ABIERTA ENTRE EL 24/02/2025 Y EL 7/03/2025

- Antes de iniciar el proceso de inscripción a los seminarios optativos recomendamos revisar los cronogramas de clase correspondientes.
- LA INSCRIPCIÓN ES PERSONAL, EXCLUSIVAMENTE: no se aceptarán inscripciones grupales o en nombre de terceros. Los alumnos la podrán realizar en forma presencial.
- EN TODOS LOS CASOS SERÁ OBLIGACIÓN DEL ALUMNO QUE LOS SEMINARIOS ELEGIDOS CORRESPONDAN A SU PLAN DE ESTUDIOS: Sede, Turno y Día de cursada. Cualquier error en este sentido, invalidará la inscripción.
- UNA VEZ ELEGIDA LA MATERIA Y ASENTADA EN EL REGISTRO CORRESPONDIENTE, NO SE ACEPTARÁN MODIFICACIONES, cambios, pedidos especiales, etc., sin derecho a solicitudes o quejas en este sentido (sin excepción).
- LA INSCRIPCIÓN A LA MATERIA SELECCIONADA QUEDA CONDICIONADA A LOS CUPOS MÍNIMOS Y MÁXIMOS DE ALUMNOS. La inscripción es por orden de registro.
- SI LA MODALIDAD DE DICTADO DE CLASES ES VIRTUAL, SE DEBE RESPETAR EL DÍA, LA SEDE Y EL HORARIO.
- LAS MATERIAS OBLIGATORIAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA PROPIA CARRERA NO SE PODRÁN CURSAR COMO OPTATIVAS.
- SE PODRÁN ELEGIR MATERIAS ADICIONALES COMO TALLER, PERO EN NINGÚN CASO SERÁN VALIDADAS COMO SEMINARIOS OPTATIVOS EN EL FUTURO.

SEDE CENTRO – TURNO MAÑANA

Tercer Año

Seminario Optativo I

Día: Martes

● Planificación de las RRPP

Profa. Mariana Pelliza

Cupo: 15 estudiantes

Comunicación Corporativa. Identidad. Filosofía. Cultura. Imagen. Realidad Organizacional y Comunicacional. Concepto de Planificación. Modelos y métodos de planificación. Planificación normativa. Planificación Estratégica. Planificación Prospectiva. Etapas y pasos de un proceso de planificación. Modelo de planificación en las relaciones públicas. IPCE. Investigación y diagnóstico. Auditorías. Realidad institucional. Planificación.

Metodologías de programación. Política de Imagen y Comunicación. Elaboración de Planes, Programas y Proyectos. Gestión de la comunicación. Evaluación. Sistemas de evaluación.

● **Investigación de Mercados**

Profa. Romina Siniawski

Cupo: 10 estudiantes

Metodología y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa. Tipos de investigación. Diseño. Fuentes de datos. Sistema de soporte a las decisiones de marketing. Datos secundarios. Medición de actitudes, gustos y preferencias. Diseños causales. La investigación concluyente. La investigación exploratoria. Interpretación de informes de investigación. La investigación de mercados como parte de la estrategia publicitaria.

● **Comunicación Política**

Prof. Javier Pagliere

Cupo: 10 estudiantes

Propaganda, publicidad y comunicación política. Modelos históricos de propaganda. La comunicación política en las sociedades democráticas y los sistemas electorales contemporáneos. Campañas institucionales y de bien público. Marketing político. Video política. Análisis y desarrollo de estrategias de comunicación política y persuasiva.

SEDE CENTRO – TURNO NOCHE

Tercer Año

Seminario Optativo I

Día: Martes

● **Planificación de Medios**

Prof. Gabriel Sanfilippo

Cupo: 10 estudiantes

Sistemas, medios, canales y vehículos publicitarios, tradicionales y actuales, masivos y segmentados. Desarrollo del plan de medios y la pauta de medios. Racional de medios. Terminología de la planificación mediática. Las centrales de medios. Tarifas y adecuación presupuestaria.

● **Planeamiento Estratégico de Marcas**

Prof. Daniel Gallego

Cupo: 10 estudiantes

Marcas y estrategias de branding. Desarrollo de marcas. Técnicas de investigación cuali-cuantitativa de marcas, productos, servicios y hábitos de consumo. Rol del planner. Canalización y planteamiento de la comunicación. Investigación del contexto. Direccionamiento del tono creativo de marcas y campañas. Traducción de objetivos del cliente en estrategias de comunicación publicitaria.

SEDE PILAR

Tercer Año

Seminario Optativo I

Día: Jueves

● **Planificación de Medios**

Profa. Romina Siniawski

Cupo: 10 estudiantes

Sistemas, medios, canales y vehículos publicitarios, tradicionales y actuales, masivos y segmentados. Desarrollo del plan de medios y la pauta de medios. Racional de medios. Terminología de la planificación mediática. Las centrales de medios. Tarifas y adecuación presupuestaria.

● **Investigación de Mercados**

Prof. Matías Pinto Maldonado

Cupo: 10 estudiantes

Metodología y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa. Tipos de investigación. Diseño. Fuentes de datos. Sistema de soporte a las decisiones de marketing. Datos secundarios. Medición de actitudes, gustos y preferencias. Diseños causales. La investigación concluyente. La investigación exploratoria. Interpretación de informes de investigación. La investigación de mercados como parte de la estrategia publicitaria.

SEDE PILAR

Cuarto Año

Seminario Optativo V

Día: Jueves

● **Planificación de Medios**

Profa. Romina Siniawski

Cupo: 10 estudiantes

Sistemas, medios, canales y vehículos publicitarios, tradicionales y actuales, masivos y segmentados. Desarrollo del plan de medios y la pauta de medios. Racional de medios. Terminología de la planificación mediática. Las centrales de medios. Tarifas y adecuación presupuestaria.

● **Investigación de Mercados**

Prof. Matías Pinto Maldonado

Cupo: 10 estudiantes

Metodología y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa. Tipos de investigación. Diseño. Fuentes de datos. Sistema de soporte a las decisiones de marketing. Datos secundarios. Medición de actitudes, gustos y preferencias. Diseños causales. La investigación concluyente. La investigación exploratoria. Interpretación de informes de investigación. La investigación de mercados como parte de la estrategia publicitaria.

SEDE CENTRO – TURNO MAÑANA

Cuarto Año

Seminario Optativo V

Día: Martes

● **Dirección de Medios**

Prof. Norberto

Beladrich Cupo: 15
estudiantes

Conducir un medio de comunicación representa un desafío para el cual el alumno necesita estar adecuadamente capacitado. La materia procura suministrar habilidades e instrumentos para ese cometido, a la vez que brindar herramientas teóricas y prácticas para que se desenvuelva con éxito en el entorno en que desarrollará su tarea. También se busca generar en el alumno el suficiente espíritu crítico propio del desempeño en áreas de la comunicación y la flexibilidad necesaria en orden a construir buenas relaciones desde su responsabilidad. Son los objetivos: el alumno conozca y esté en condiciones de gestionar el conjunto de tareas inherentes a su puesto; que maneje nociones de liderazgo, dinámico de grupos de trabajo y conocimientos básicos de administración de recursos humanos y materiales; que sepa cuándo y de qué modo introducir cambios en la organización a su cargo.

 Sede Pilar: *Champagnat 1599 · Prov. de Bs. As.*

 Sede Centro: *Tucumán 1845 · CABA · Argentina*

 (54-11) 3754-7970

 fcseyc@usal.edu.ar

 bit.ly/fcseyc-usal

 [@fcsec_usal](https://www.instagram.com/fcsec_usal)

 www.usal.edu.ar/fcseyc

● **Planificación de las RRPP**

Profa. Mariana Pelliza

Cupo: 15 estudiantes

Comunicación Corporativa. Identidad. Filosofía. Cultura. Imagen. Realidad Organizacional y Comunicacional. Concepto de Planificación. Modelos y métodos de planificación. Planificación normativa. Planificación Estratégica. Planificación Prospectiva. Etapas y pasos de un proceso de planificación. Modelo de planificación en las relaciones públicas. IPCE. Investigación y diagnóstico. Auditorías. Realidad institucional. Planificación. Metodologías de programación. Política de Imagen y Comunicación. Elaboración de Planes, Programas y Proyectos. Gestión de la comunicación. Evaluación. Sistemas de evaluación.

● **Investigación de Mercados**

Profa. Romina Siniawski

Cupo: 10 estudiantes

Metodología y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa. Tipos de investigación. Diseño. Fuentes de datos. Sistema de soporte a las decisiones de marketing. Datos secundarios. Medición de actitudes, gustos y preferencias. Diseños causales. La investigación concluyente. La investigación exploratoria. Interpretación de informes de investigación. La investigación de mercados como parte de la estrategia publicitaria.

● **Comunicación Política**

Prof. Javier Pagliere

Cupo: 10 estudiantes

Propaganda, publicidad y comunicación política. Modelos históricos de propaganda. La comunicación política en las sociedades democráticas y los sistemas electorales contemporáneos. Campañas institucionales y de bien público. Marketing político. Video política. Análisis y desarrollo de estrategias de comunicación política y persuasiva.

SEDE CENTRO – TURNO NOCHE

Cuarto Año

Seminario Optativo V

Día: Viernes

● **Marketing y Publicidad Digital**

Prof. Federico Lendoiro

Cupo: 15 estudiantes

Marketing digital e interactivo en las empresas: internet, extranet, intranet, e-commerce. Bases de datos. E-mail marketing. Publicidad e internet: formatos, contenidos y creatividad aplicada. Segmentación. Medición. Retorno de la inversión. Generación de tráfico. Patrocinios. Viralización. Planificación de medios digitales. Construcción de marcas en la era digital. Marketing y publicidad en móviles. Convergencia e interactividad mediática.

● **Producción Gráfica**

Prof. Hugo Santarsiero

Cupo: 10 estudiantes

Sistemas de preimpresión, impresión y edición gráfica. Originales de arte, composición, digitalización. Del color y aplicación compositiva. Procedimientos técnicos industriales. Papel y encuadernación. Normas de calidad para la producción, impresión y evaluación de trabajos. Tintas y packaging. Planificación de costos.

 Sede Pilar: *Champagnat 1599 · Prov. de Bs. As.*

 Sede Centro: *Tucumán 1845 · CABA · Argentina*

 (54-11) 3754-7970

 fcseyc@usal.edu.ar

 bit.ly/fcseyc-usal

 [@fcsec_usal](https://www.instagram.com/fcsec_usal)

 www.usal.edu.ar/fcseyc

LICENCIATURA EN PERIODISMO DEPORTIVO
MATERIAS ELECTIVAS – 1° CUATRIMESTRE 2025

INSCRIPCIÓN ABIERTA ENTRE EL 24/02/2025 Y EL 7/03/2025

- Antes de iniciar el proceso de inscripción a los seminarios optativos recomendamos revisar los cronogramas de clase correspondientes.
- LA INSCRIPCIÓN ES PERSONAL, EXCLUSIVAMENTE: no se aceptarán inscripciones grupales o en nombre de terceros. Los alumnos la podrán realizar en forma presencial.
- EN TODOS LOS CASOS SERÁ OBLIGACIÓN DEL ALUMNO QUE LOS SEMINARIOS ELEGIDOS CORRESPONDAN A SU PLAN DE ESTUDIOS: Sede, Turno y Día de cursada. Cualquier error en este sentido, invalidará la inscripción.
- UNA VEZ ELEGIDA LA MATERIA Y ASENTADA EN EL REGISTRO CORRESPONDIENTE, NO SE ACEPTARÁN MODIFICACIONES, cambios, pedidos especiales, etc., sin derecho a solicitudes o quejas en este sentido (sin excepción).
- LA INSCRIPCIÓN A LA MATERIA SELECCIONADA QUEDA CONDICIONADA A LOS CUPOS MÍNIMOS Y MÁXIMOS DE ALUMNOS. La inscripción es por orden de registro.
- SI LA MODALIDAD DE DICTADO DE CLASES ES VIRTUAL, SE DEBE RESPETAR EL DÍA, LA SEDE Y EL HORARIO.
- LAS MATERIAS OBLIGATORIAS DEL PLAN DE ESTUDIOS DE LA PROPIA CARRERA NO SE PODRÁN CURSAR COMO OPTATIVAS.
- SE PODRÁN ELEGIR MATERIAS ADICIONALES COMO TALLER, PERO EN NINGÚN CASO SERÁN VALIDADAS COMO SEMINARIOS OPTATIVOS EN EL FUTURO.

SEDE CENTRO

Día: Miércoles

● **Taller de Narrativas y Deporte**

Prof. Gerardo Cadierno

Cupo: 10 estudiantes

En una cultura tan atravesada por el deporte analizaremos y trabajaremos cómo las narrativas y los relatos que se anclan en distintas disciplinas deportivas abordaron y abordan estas temáticas de la mano de producciones de literatura, cine, música y la publicidad en un formato de taller para descubrir que la comunicación y la masividad del deporte supera al mundo de las transmisiones televisivas de grandes empresas periodísticas. La materia propone el trabajo en modalidad taller con participación activa de los alumnos en diversas dinámicas y actividades pedagógicas en las que los alumnos serán los principales protagonistas.

● **Liderazgo y Conducción de Equipos**

Profa. Paula Gigena

Cupo: 10 alumnos

La materia está orientada a que los alumnos conozcan sobre las habilidades de liderazgo requeridas en el mercado laboral actual (independientemente del rubro). Asimismo, que comprendan cómo se arman y gestionan equipos de alto rendimiento. Es una materia con foco en lo práctico para que a través del autoconocimiento los alumnos puedan aplicar el contenido a su situación particular.

SEDE PILAR

Día: Miércoles

● **Social Media para Periodistas**

Prof. Facundo Terres Grimaldi

Cupo: 25 estudiantes

El enfoque integral de la materia se centrará sobre cómo las redes sociales no solo afectan el mundo profesional y el marketing, sino cómo están cambiando las formas en que nos comunicamos, interactuamos y trabajamos. Cada módulo incluirá tanto teoría como estudios de caso prácticos para profundizar en cómo implementar las estrategias vistas en el mundo real. Además, durante la cursada, los alumnos tendrán la posibilidad de realizar sus propias investigaciones y planificaciones: videos que serán publicados en diversas redes sociales.

● **Responsabilidad Social**

Profa. Sonia Zahalsky

Cupo: 10 estudiantes

En la materia de responsabilidad social empresarial se aborda el papel de las organizaciones de la sociedad civil y las compañías como actores sociales y su impacto en el paradigma de la sustentabilidad (medio ambiente, contribución a las comunidades y públicos internos). En este curso, los estudiantes analizarán los conceptos clave de la responsabilidad corporativa, incluyendo la ética empresarial, la sostenibilidad, la gobernanza corporativa (government y compliance) y los distintos enfoques de estrategia comunicacional. A través de casos de estudio, discusiones y proyectos, los estudiantes desarrollarán habilidades críticas para diseñar un plan integral de RSE.

 Sede Pilar: *Champagnat 1599 · Prov. de Bs. As.*

 Sede Centro: *Tucumán 1845 · CABA · Argentina*

 (54-11) 3754-7970

 fcseyc@usal.edu.ar

 bit.ly/fcseyc-usal

 [@fcsec_usal](https://www.instagram.com/fcsec_usal)

 www.usal.edu.ar/fcseyc