



Año 2022 – “Las Malvinas son argentinas”

RESOLUCIÓN C.S. N°:321/2022

Avellaneda, Pcia. de Buenos Aires

VISTO:

El Expediente Electrónico N°1155/2022; y

CONSIDERANDO:

Que la Universidad Nacional de Avellaneda se encuentra en la etapa de ampliación de su propuesta académica, incorporando nuevas carreras para la formación de profesionales con una sólida formación teórica y práctica.

Que es misión de nuestra Universidad formar profesionales que puedan dar respuesta al desarrollo de campos disciplinares, formando profesionales para el desempeño en distintas zonas del país, generando respuestas validas a los problemas contemporáneos, propiciando el desarrollo y la mejor calidad de vida de la comunidad en la que se inserta.

Que el Secretario Académico, Ing. Ricardo Bosco, eleva al Consejo Superior, a pedido del Consejo Departamental de Cultura, Arte y Comunicación, para su tratamiento y aprobación la carrera “CICLO DE COMPLEMENTACION CURRICULAR DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN POLITICA” y de su correspondiente plan de estudios.

Que habiéndose puesto en consideración de los Consejeros la procedencia del dictado del acto

administrativo que ordene la aprobación de la carrera mencionada y de su correspondiente plan de estudios, sin mediar objeciones, resulta aprobado por unanimidad en la Sesión N°CI el requerimiento que motiva las presentes actuaciones.

Que la Comisión Permanente de Enseñanza e Investigación del Consejo Superior ha tomado la intervención que le compete proponiendo el dictado de la presente resolución.

Que se ha expedido la Abogada dictaminante.

Que la presente se dicta contando con la plena conformidad de los integrantes del Consejo Superior, y en pleno uso de las facultades atribuidas a través del Estatuto Universitario en su artículo 39.

POR ELLO,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE AVELLANEDA

RESUELVE:

ARTICULO N°1: Aprobar la creación de la carrera CICLO DE COMPLEMENTACION CURRICULAR DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN POLITICA.

ARTICULO N°2: Aprobar el Plan de Estudios de la carrera CICLO DE COMPLEMENTACION CURRICULAR DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN POLITICA, cuyo Anexo I forma parte integral de la presente resolución.

ARTICULO N°3: Establecer que la carrera CICLO DE COMPLEMENTACION CURRICULAR DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN POLITICA tendrá como Departamento de



Año 2022 – “Las Malvinas son argentinas”

pertenencia el Departamento de Cultura, Arte y Comunicación.

ARTICULO N°4: Elevar la presente Resolución a la Dirección de Gestión Universitaria del Ministerio de Educación y encomendar consecuentemente, la pronta resolución de reconocimiento del título y validez nacional de la citada carrera.

ARTICULO N°5: Regístrese. Comuníquese a la Secretaría Académica, a la Secretaría de Consejo Superior y al Departamento de Cultura, Arte y Comunicación. Cumplido, archívese.

RESOLUCIÓN C.S. N°: 321/2022

Secretario de
Consejo Superior

Presidente de
Consejo Superior



Año 2022 – “Las Malvinas son argentinas”

ANEXO I

CICLO DE COMPLEMENTACION CURRICULAR DE LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN POLITICA

1 - Identificación de la Carrera

Ciclo de Complementación Curricular de Licenciatura en Comunicación Política

2- Ubicación en la estructura de la Universidad

Departamento de Cultura, Arte y Comunicación

3- Duración

2 Años (Cuatro Cuatrimestres)

4- Título que otorga

Licenciado en Comunicación Política

5- Nivel de Carrera

Grado

6- Modalidad de cursada

A Distancia.

7- Fundamentación y justificación de la carrera

El Ciclo de Complementación Curricular es un emergente de la convergencia de dos necesidades fundamentales: las de UNDAV a fin de generar propuestas formativas adecuadas a los tiempos que corren en contextos específicos, y por otro lado, la de dar respuesta a las inquietudes de la mayoría de los graduados de la Tecnicatura en Política, Gestión y Comunicación, quienes durante años nos han hecho llegar el interés en expandir sus conocimientos en torno a esta experticia en particular

Es por ello que el CCC busca dar respuesta a la actualización, profesionalización y profundización conceptual de los trabajadores y estudiantes de esta disciplina y otras afines. En este marco, los estudios en Museología adquieren gran importancia, ya que no existe otra propuesta educativa de gestión oficial que otorgue formación en este campo disciplinar.

La propuesta de enseñanza de este ciclo de complementación curricular, dictada en la modalidad a distancia, se fundamenta en la participación federal, la equidad de contenidos y la excelencia educativa universitaria.

Los contextos sociales actuales plantean el desafío de formar sujetos creativos con habilidades múltiples y capaces de intervenir en situaciones diversas y adaptarse a una sociedad en cambio permanente.

Esta propuesta pone énfasis en la importancia del pensamiento conceptual como fundamento de la ampliación de las posibilidades de percepción, comprensión de tendencias, procesos globales y adquisición de competencias en el largo plazo. Esto apunta tanto a satisfacer los requerimientos del mundo del trabajo como a responder a las demandas cada vez más complejas de la comunicación contemporánea, la cooperación mediatizada por los sistemas de información, la heterogeneidad de las estructuras temporales y la toma de decisiones.

Pueden inscribirse quienes posean Pregrado de Técnico en Periodismo o egresados de instituciones educativas universitarias o terciarias de gestión estatal o privada.

8- Objetivos

Es intención del Ciclo Complementario Curricular de la Universidad Nacional de Avellaneda, formar profesionales capaces de diseñar, gestionar y evaluar proyectos de comunicación política, destinados a políticas públicas de la especialidad orientados al desarrollo del campo disciplinar en todo el territorio nacional.

9- Perfil del graduado

El graduado del Ciclo de Complementación Curricular en Comunicación Política, tendrá una formación humanística, regional, latinoamericanista y científica, que articula e integra saberes contenidos en las mejores habilidades y estrategias para comunicar políticas públicas que hacen a la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos, con la construcción de una conciencia crítica y reflexiva. Asimismo, podrá desempeñarse como gestor, analista, investigador, asesor, planificador, evaluador, difusor y gestor de estrategias de comunicación política. Su campo laboral está enmarcado en instituciones públicas y privadas, que se involucran en las técnicas de comunicación de la gestión política.

El profesional podrá producir y difundir piezas comunicacionales (periodísticas, documentales, audiovisuales, o digitales) en cualquier medio existente (diarios, radios, revistas, televisión, generación de documentales, páginas web, etc.) así como para analizar críticamente los procesos y la producción política informativa.

10- Alcances del título

Los profesionales egresados de la Licenciatura en Comunicación Política tendrán las competencias específicas para:

- Desarrollar, asesorar, y realizar estrategias de campañas de imagen y opinión pública
- Asistir en la producción y difusión de piezas comunicacionales (periodísticas, documentales, audiovisuales, o digitales) para cualquier medio de comunicación existente (diarios, radios, revistas, televisión, generación de documentales, páginas web, etc.), o de forma independiente y/o no tradicional
- Diseñar y ejecutar estrategias políticas comunicacionales para organismos gubernamentales y no gubernamentales, públicos y privados.
- Intervenir en políticas de comunicación
- Realizar análisis de opinión pública y de sondeos de opinión.
- Analizar críticamente los procesos y la producción informativa política
- Elaborar, interpretar y evaluar mensajes y discursos de índole política
- Concretar investigaciones aplicadas a la solución de problemas comunicacionales, informativos y/o a la implementación de programas y proyectos políticos, en medios masivos, grupos o instituciones.
- Comprender y aprovechar la innovación tecnológica en el área de la comunicación política
- Desarrollar actividades de ciencia e investigación referidas al campo de la comunicación política, con el objetivo de actualizar y producir conocimientos.
- Participar en la producción de notas, programas, campañas, eventos y otras estrategias comunicacionales, con el fin de promocionar políticas educativas, de prevención, de género, de la tercera edad, de la infancia, de mediación y desarrollo para municipios, instituciones públicas y privadas, ONG y demás instituciones intermedias
- Asistir en la gestión, administración y/o generación de emprendimientos en el área de la comunicación política (elaboración del presupuesto, alquiler de equipos, obtención de recursos económicos, organización del grupo humano, traslados, administración de los recursos, y búsqueda de financiamiento)

- Manejar los aspectos técnicos y de producción del periodismo digital, de redes sociales, y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación política.
- Producir conocimiento acorde a las problemáticas implicadas en los procesos de comunicación política.
- Desempeñarse en equipos de investigación en torno a problemáticas de la comunicación en general, y de la comunicación política en particular.

11- Condiciones de ingreso

Quienes aspiren a realizar el “Ciclo de Complementación Curricular para la Licenciatura en Comunicación Política” deberán acreditar:

Título de Pregrado de Técnico en Política, Gestión y Comunicación

Título de Pregrado de Técnico en Política, Comunicación y Educación

Título de Pregrado de Técnico en Periodismo

Título de Pregrado de Técnico Superior en Comunicación Digital.

Título de Pregrado de Técnico en Comunicación social

Título de Pregrado de Técnico Universitario en Administración y Gestión de Políticas Públicas.

Título de Pregrado de Técnico Universitario en Asuntos municipales

Título de Pregrado de Técnico en Administración y gestión pública

Título de Pregrado de Técnico superior en Gestión municipal con orientación en desarrollo local

Título de Pregrado de Técnico Superior en Gestión administrativa y políticas públicas

Título de Pregrado de Técnico en Gestión Jurídica con Orientación en Gobierno Local

Título de Pregrado de Técnico Universitario en Gestión Jurídica

Título de Pregrado de Técnico Superior en Gestión Municipal



Año 2022 – “Las Malvinas son argentinas”

Título de Pregrado de Técnico Universitario en Gestión de Medios Digitales

Título de Pregrado de Técnico Universitario en Gestión de Gobierno

Título de Pregrado de Técnico Universitario en Gobierno Municipal y Desarrollo Local.

Título de Pregrado de Técnico en Gestión de Políticas Públicas

Título de Pregrado de Técnico Superior en Comunicación Digital y Multimedial (EaD)

Título de Pregrado de Técnico Superior en Administración de Gestión y Políticas Culturales (CABA)

Título de Pregrado de Técnico Superior en Gestión Cultural de la Dirección General de Cultura y Educación de la Provincia de Buenos Aires

En todos los casos las titulaciones deben tener una carga horaria mínima de 1600hs.

Ser egresados de instituciones educativas oficiales Universitarias o terciarias.

El tiempo mínimo de duración de los títulos que se requieren para el ingreso a la carrera de “Ciclo de Complementación Curricular para la Licenciatura en Comunicación Política” es de dos años y medio

12- Organización del plan de Estudios

El presente Plan de estudios está diseñado sobre tres dimensiones o áreas curriculares, propias de los objetivos de su formación; áreas de política, de gestión y comunicación.

Se presenta una estructura de plan de estudios con una duración de cuatro cuatrimestres y un total de 1152 horas; aunque el mismo es semiflexible de modo tal de incorporar contenidos y asignaturas que permitan la trayectoria académica particular al estudiante. (Cuadro 1)

COD	ASIGNATURA	HORAS SEMANALES	HORAS TOTALES
PRIMER AÑO			
PRIMER CUATRIMESTRE			
1	Introducción a la Comunicación Pública y Política	6	96
2	Sistema Político Argentino	4	64
3	Análisis del Discurso Político	4	64
4	Problemas Socioculturales Contemporáneos	4	64
5	Comunicación Digital	2	32
			320
SEGUNDO CUATRIMESTRE			
6	Análisis de Medios y Producción Periodística	4	64
7	Comunicación y Planificación de Medios en Etapas de Crisis	4	64
8	Idioma II	2	32
9	Metodología de la Investigación	4	64
10	Optativas y Actividades Académicas Afines I	4	64
			288
SEGUNDO AÑO			
TERCER CUATRIMESTRE			
11	Comunicación de Problemáticas de la primera Infancia, de Género y de la	4	64

	Tercera edad.		
12	Taller de Elaboración de Trabajo Final	4	64
13	Comunicación, Territorios y Medios Alternativos	4	64
14	Laboratorio de Medios	4	64
15	Optativas y Actividades Académicas Afines II		64
			320

CUARTO CUATRIMESTRE

16	Marco Legal de la Comunicación Electoral	2	32
17	Estrategia Política y Opinión Pública	4	64
18	Hipermedia y Estrategias Políticas de Social Media	2	32
19	Trabajo Social Comunitario IV	2	32
20	Optativas y Actividades Académicas Afines III		64
21	Defensa de Trabajo Final		0
			224
HORAS TOTALES			1152

Los egresados de otras carreras afines, cursarán los niveles 1, 2 y 3 de Trabajo Social Comunitario, y el nivel 1 de Idiomas presentes en el plan de estudios de la Tecnicatura en Política, Gestión y Comunicación, a excepción de que sean egresados de UNDAV y las tengan aprobadas

13- Contenidos Mínimos

- **Introducción a la Comunicación Pública y Política**

Introducción al estudio de los medios de comunicación. La producción social de sentido. La construcción social de la realidad: la comunicación de masas. Objetivismo y subjetivismo. Medios, cultura y poder. Introducción a las nociones de comunicación pública y política. El Estado como sujeto comunicador Estrategias de planificación comunicacional. Concepto de medio de comunicación público: alcances y limitaciones. La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (N°26.522) y su implementación. Campañas de bien público. Propaganda. La hegemonía como proceso discursivo y simbólico. Abordajes y perspectivas actuales en comunicación pública y política.

- **Sistema Político Argentino**

Definición y desarrollo de la noción de sistema político para comprender los elementos constitutivos de la democracia en nuestro país. Trabajaremos sobre aquellos aspectos consagrados en la reforma constitucional de 1994 que moldean el sistema político actualmente en sus tres esferas: administración central, administración de justicia y Poder legislativo. El sistema de partidos argentino, sus características y actuación en los últimos 30 años. El Federalismo como elemento constitutivo del sistema político argentino: la relación entre el Poder Ejecutivo Nacional y las entidades subnacionales, recursos económicos y tributarios.

El procesamiento de la crisis de 2001 por el sistema político: los actores políticos no partidarios y su incidencia en la vida política nacional. Movimientos sociales, sindicatos y espacios de representación económico sectorial como actores del sistema político.

Los nuevos desafíos del sistema político argentino. El desarrollo de mecanismos de gestión electrónica y su aplicación. Formulación de la acción estatal y su dotación en función de capacidades de gestión, acción y planificación. Nuevas tecnologías y su relación con el sistema de partidos y los procesos electorales: elementos para el debate. Las políticas de inclusión y la deconstrucción de patrones de ejercicio del poder: políticas de género y respeto de las minorías como ejes de formulación de políticas.

- **Análisis del Discurso Político**

Análisis del discurso político: cuestiones genéricas, perspectivas de investigación y modos de abordaje. El ser humano como animal simbólico.

Consideraciones acerca del lenguaje. La oposición contingente/necesario en relación con el lenguaje y la verdad. El lenguaje como herramienta o como medio político. La construcción social de lo real. La construcción mediática de los acontecimientos. Signo y Discurso. La producción social del sentido.

Texto y Discurso. Condiciones de producción/Condiciones de reconocimiento. Circulación. El dispositivo técnico como conjunto de restricciones y posibilidades para la producción de textos (entendidos como paquetes de materia significativa). Un estudio de la teoría de los géneros. Concepto de transgénero. Análisis de las configuraciones textuales. Regularidades retóricas, temáticas y enunciativas. La argumentación, el verosímil, la persuasión.

Concepto de enunciación/enunciado. Contrato de lectura Enunciador / Destinatario. Los casos del discurso político y el noticiero televisivo. Estilo de época en los medios masivos. Discurso político como macrogénero comunicativo. Análisis de productos discursivos: estudios de casos sobre el discurso de la Información. Herramientas metodológicas: el análisis comparativo; la mirada del analista.

Estudios de casos sobre géneros de Internet: el Blog; portales de noticias, el uso político de las redes sociales

- **Problemas Socioculturales Contemporáneos**

Conceptos de sociedad, comunidad y relación social, Nociones de cultura y de política: diversas perspectivas teóricas. Definición de los problemas sociales. La construcción social de los problemas y el rol de los actores en dicho proceso. La agenda pública y política en la definición y el tratamiento de los problemas públicos. Globalización y sociedad de la información y del conocimiento: la gran matriz de las sociedades contemporáneas. Perspectivas analíticas desde la sociología y la ciencia política. Impacto sobre el Estado nacional y sobre la política. El futuro de la política. Análisis del fenómeno en la región. Debates en torno a la construcción de un ciudadano global. Historias locales y desarrollos globales. La revolución tecnológica. La transición a la sociedad de la información. Ejemplos de políticas de reducción de brecha en Argentina. El panorama de la migración internacional en América Latina y el Caribe. Migración, globalización y desarrollo. Migración calificada. El género como categoría de análisis. Distinción conceptual y su influencia en las políticas públicas en la Argentina y en la Región. Ciudadanía y esfera pública: participación y democracia. Concepto clásico de ciudadanía,

perspectivas teóricas acerca de la democracia y del rol adjudicado a la participación en cada una de éstas. Ciudadanía y Derechos Humanos: derechos civiles, políticos, sociales y culturales. Las esferas de lo público y lo privado en las sociedades modernas. Ciudadanía, movimientos sociales y globalización. Experiencias de organización sociocultural.

- **Comunicación Digital**

El nuevo paradigma de la “Sociedad Red”. Internet. La brecha digital. Implicancias de la tecnología en la industria periodística y el ejercicio profesional. Surgimiento de Internet y evolución de los medios digitales. El fenómeno de la interactividad en los medios digitales, la inmediatez, el abaratamiento de costos, las audiencias globales y el cambio constante. Producción de contenidos para el entorno digital. Los géneros en el periodismo digital. El hipertexto en el periodismo. La comunicación multimedia.: texto, imagen (estática y en movimiento) y audio en la construcción del relato periodístico digital. Planificación de un producto periodístico online. Las publicaciones personales y colaborativas. Blogs y sitios periodísticos. Modelos de negocios y periodismo emprendedor en la web. La construcción y mantenimiento de la audiencia: el community manager y las redes sociales. El periodismo de datos. Nuevos soportes y plataformas digitales: el periodismo móvil y en tiempo real. Programas específicos para el trabajo en los medios

- **Análisis de Medios y Producción Periodística**

Medios y política: Acceso y participación en los medios de comunicación. El sistema de medios argentino y su relación con el sistema informativo y comunicacional. Las nuevas tecnologías y su impacto en la sociedad: integración social o aumento de la brecha infocomunicacional. La vigilancia y el control de la sociedad.

El análisis de los medios de comunicación en el campo de la Comunicación Social. Territorios de gestión de los comunicadores. Gestión de Comunicación y Medios: la producción de contenidos. Información en medios de comunicación y multiplataformas. Procesos de producción, construcción y circulación de la información. Abordaje, reflexión y lectura crítica de los discursos que se producen y distribuyen en diversos medios, lenguajes y soportes. La construcción de discursos de poder. El análisis de la información como herramienta para la comprensión de distintos territorios. La información como herramienta de análisis para la comprensión de nuevos paradigmas. Análisis de las redes sociales como forma de construcción de sentido.

Agenda pública y agenda informativa. La construcción de la información; producción periodística e interés público

- **Comunicación y planificación de medios en etapas de crisis**

Comunicación en situaciones de crisis. Tipos de crisis. Planificación y gestión de la comunicación gubernamental en contextos problemáticos. Credibilidad y legitimidad. Preparación ante contingencias. Riesgo, crisis y conflictos públicos. El rol de contención del Estado. Planificación estratégica de la comunicación y producción de mensajes en el marco de crisis. Estudio de casos.

- **Optativa I**

- **Idioma II**

- **Metodología de la Investigación**

La investigación en las ciencias sociales y en la comunicación. Los paradigmas epistemológicos y su relación con las estrategias metodológicas. El sujeto de la investigación. Especificidad de la metodología y las técnicas dentro del campo de los estudios socioculturales y la comunicación. Enfoques multimetodológicos y perspectivas integrales. El proceso de investigación. Relación entre teoría y prácticas de investigación. Utilización de técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación cultural/comunicacional. Elementos de sistematización. Análisis e interpretación de datos. Estrategias de comunicación de la investigación

- **Comunicación de Problemáticas de la Primera Infancia, de Género y de la Tercera Edad**

Características específicas de personas en riesgo de exclusión: particularidades y definiciones. El concepto de desarrollo social y las problemáticas de exclusión: cómo comunicarlas debidamente. Estrategias políticas de abordaje a personas en riesgo de exclusión. Aportes al desarrollo igualitario de la primera infancia. Marco legal de abordaje a personas que sufren problemáticas de género. Comunicación eficaz para personas de la tercera edad. Perspectiva de género en los medios masivos de comunicación: equidad y empoderamiento.

- **Taller de Elaboración de Trabajo Final**

- **Comunicación, Territorios y Medios Alternativos**

Definición de lo contra-hegemónico. La circulación de los relatos y las construcciones discursivas desde la perspectiva de la cultura, la identidad, la historia y la territorialidad. Lo popular, lo alternativo y lo masivo similitudes y diferencias. Encuentros y divergencias. La información como bien social vs la información como mercancía. Las posibilidades y potencialidades de los lenguajes y soportes para la distribución de mensajes. Comunicación como forma de construcción identitaria y herramienta de puja por el poder. La contrainformación y el mediactivismo. Medios alternativos para la acción política: ejemplos latinoamericanos.

- **Laboratorio de Medios**

Análisis, comprensión y producción de textos y de comunicación política. Tipos de discurso y cuerpos textuales del campo político. Influencia del contexto ideológico, aspectos políticos, éticos, socioculturales e ideológicos en la producción y comprensión de textos políticos. Producción de textos políticos para diversos lenguajes, formatos y soportes. Definición y características de las nuevas audiencias de las narraciones transmedia. Producción de narrativas políticas transmedia.

- **Optativa II**

- **Marco Legal de la Comunicación Electoral**

Medios, política y democracia. Campañas electorales: definiciones y funciones. Conceptos políticos básicos para la planificación comunicacional de una campaña política: cultura política y comportamiento electoral; partidos y sistemas de partidos. Herramientas de diagnóstico para la planificación comunicacional de una campaña política: mapa de medios, encuestas y grupos focales. Blancos y temas de campaña. La imagen del candidato. Discurso político. El mensaje político y la publicidad en campañas políticas. Planificación y producción de campañas y

mensajes político-electorales audiovisual. Alcances y restricciones legales para el encuadre de una campaña electoral

- **Estrategia Política y Manejo de Datos Oficiales**

Estrategia política; diseño, usos y potencialidades de herramientas aplicadas a la comunicación política. Uso de datos para el diagnóstico y definición de objetivos de campaña. Definición de los segmentos poblacionales para la comunicación persuasiva. Métodos y técnicas, recursos e instrumentos, herramientas y tácticas estadísticas inherentes a la planificación de estrategias de comunicación política. Comunicación oficial e institucional. Paradigmas y metodologías de la investigación, para el abordaje de estrategias políticas.

La opinión pública; concepto, génesis y sus aplicaciones en la política y principales abordajes de la opinión pública. El papel de los medios de comunicación, las redes sociales y la hiperconectividad en la construcción y manipulación de la opinión pública.

Los nuevos temas de la agenda pública: imagen, credibilidad, discursos. Comunicación política, campañas electorales y opinión pública El debate y el análisis político en la conformación de la opinión pública.

- **Optativa III**

- **Hipermedia y Estrategias Políticas de Social Media**

Espacio público digital como un nuevo territorio de lucha política. Redes sociales digitales. Identidades y sujetos online. Reputación digital. Cultura participativa y valores de la cibercultura. La práctica política online. Gestión pública y nuevas tecnologías. Gobierno Abierto y transparencia del sector público. Gobierno electrónico. Participación ciudadana. Potencialidad de la Web 2.0 para las organizaciones. Herramientas tecnológicas para cada organización: limitaciones, ventajas y proyecciones. Plan de acción estratégico para las redes sociales. Casos de aplicación de estrategias y tácticas 2.0 Técnicas de creación y producción en comunicación desde la perspectiva de la generación de contenidos, para poder anclar la práctica concreta y específica de los comunicadores en la relación lenguaje, soporte y medios. Los desafíos de la producción multimedia. Las diferentes plataformas tecnológicas y las redes sociales. Producir contenidos 2.0.



Año 2022 – “Las Malvinas son argentinas”

- **Trabajo Social Comunitario 4**

Debates en torno a la extensión universitaria y la integralidad. Sujetos sociales: instituciones, organizaciones y movimientos sociales. Investigación Acción Participativa. Diagnóstico participativo. Problemáticas sociales complejas. Políticas públicas. Elaboración de proyectos de extensión participativos; distinción entre Plan/Programa/Proyecto. El Estado y el poder como dimensión de la praxis social. La intervención social. La relevancia del conocimiento universitario.

RESOLUCIÓN C.S. N° :321/2022

Secretario de
Consejo Superior

Presidente de
Consejo Superior