



Asunto: Aprobar programas de las asignaturas de 2º año de las Tecnicaturas de esta Facultad, plan de estudios 2014.

C. D. 1647

CUDAP: EXP-UBA 43.576/15

Cdad. Autónoma de Bs. As., 23 de junio de 2015.

VISTO las presentes actuaciones – CUDAP: EXP-UBA 43.576/15 – mediante las cuales el señor Decano de esta Facultad, Ing. Agr. Rodolfo A. GOLLUSCIO, eleva los programas de las asignaturas de 2º año de las carreras de Tecnicatura en Jardinería, Tecnicatura en Floricultura, Tecnicatura en Producción Vegetal Orgánica y Tecnicatura en Turismo Rural correspondientes al plan de estudios 2014 y,

CONSIDERANDO:

Lo aconsejado por la Comisión de Planificación y Evaluación.

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE AGRONOMÍA
RESUELVE:**

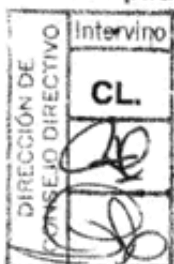
ARTÍCULO 1º. – Aprobar los programas de las asignaturas de 2º año de la carrera de Tecnicatura en Jardinería correspondiente al plan de estudios 2014, según el Anexo I que forma parte de la presente resolución.

ARTÍCULO 2º. – Aprobar los programas de las asignaturas de 2º año de la carrera de Tecnicatura en Floricultura correspondiente al plan de estudios 2014, según el Anexo II que forma parte de la presente resolución.

ARTÍCULO 3º. – Aprobar los programas de las asignaturas de 2º año de la carrera de Tecnicatura en Producción Vegetal Orgánica correspondiente al plan de estudios 2014, según el Anexo III que forma parte de la presente resolución.

ARTÍCULO 4º. – Aprobar los programas de las asignaturas de 2º año de la carrera de Tecnicatura en Turismo Rural correspondiente al plan de estudios 2014, según el Anexo IV que forma parte de la presente resolución.

ARTÍCULO 5º. – Regístrese, comuníquese, pase a las Direcciones de Concursos Docentes, de Ingreso, Alumnos y Graduados y de Biblioteca a sus efectos. Cumplido, archívese.



Ing. Agr. Adriana M. RODRÍGUEZ
Secretaría Académica

Ing. Agr. Rodolfo A. GOLLUSCIO
Decano

RESOLUCIÓN C. D. 1647



Asunto: Continuación de la resolución C. D. 1647/15.

C. D. 1647
CUDAP: EXP-UBA 43.576/15
//..136

ANEXO IV

Carrera de Tecnicatura en Turismo Rural

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Nombre de la Asignatura: **DINÁMICA DE LA COMUNICACIÓN**
Tipo de asignatura (obligatoria/electiva/optativa): obligatoria.
Cátedra/Área: Turismo Rural
Carrera/s: Tecnicatura en Turismo Rural
Departamento/Área: Economía, Desarrollo y Planeamiento Agrícola

2. CARACTERÍSTICAS DE LA ASIGNATURA

Ubicación de la asignatura en el Plan de Estudio (año): segundo.
Asignaturas correlativas: Taller I, Economía.
Duración (anual, cuatrimestral, bimestral, otra.): Cuatrimestral
Profesor Responsable de la Asignatura y equipo Docente: Lic. Graciela Inés Gallo.
Carga Horaria para el Alumno (horas y créditos): 64 hs; 4 créditos.

3. FUNDAMENTACIÓN

Mostrar lo que hacemos mediante una comunicación estratégica se convierte en una premisa fundamental para el éxito de cualquier proyecto y/o emprendimiento de Turismo Rural.

¿Cómo decimos lo que decimos? ¿Cómo causamos la respuesta que necesitamos?
¿Cómo obtenemos los resultados comunicacionales que pretendemos? Es necesario desandar estas y otras cuestiones para garantizar el éxito.

La dinámica de la comunicación entendida como medio de intercambio entre los seres humanos mediante el uso de diversos canales debe ser considerada como una de las herramientas más importantes a tener en cuenta al momento de planificar cualquier proyecto y preveer su éxito comercial.

Es así que en esta materia pretendemos brindarles los conceptos necesarios para poder elaborar una estrategia comunicacional cuyo resultado sea el crecimiento de cada emprendimiento.

4. OBJETIVOS GENERALES

1. Comprendan los conceptos básicos de la dinámica de la comunicación, sus alcances e implicancias.
2. Conozcan la importancia de la comunicación como herramienta esencial para dar a conocer los emprendimientos de Turismo Rural y generar resultados.
3. Adquieran los conocimientos necesarios para evaluar y concretar contrataciones de servicios y poder efectuar un seguimiento efectivo de los mismos, en pro del desarrollo de piezas comunicacionales concretas.
4. Tengan la capacidad de planificar y ejecutar un plan de comunicación según las necesidades particulares de cada emprendimiento/ proyecto turístico, sin descuidar el target objetivo.



Asunto: Continuación de la resolución C. D. 1647/15.

C. D. 1647
CUDAP: EXP-UBA 43.576/15
//..137

5. CONTENIDOS

Contenidos mínimos:

Elementos y factores intervinientes en el proceso de la Comunicación. Las partes del modelo. La fidelidad, los ruidos y el feedback. Contexto social, rol y empatía. Habilidades y actitud de la fuente y del receptor. Nivel de conocimiento. Código, contenido y tratamiento del mensaje. Las fuentes de información. El público objetivo: definición, aciertos y desaciertos en la comunicación. Dinámica aplicada a emprendimientos de Turismo Rural. Comunicación interna y externa. Imagen corporativa y plan comunicacional. Casos prácticos.

Programa analítico:

Unidad 1> INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

¿Qué es la comunicación? ¿Cómo y para qué la usamos? Alcances y fines. El ser humano y su esencia comunicacional. Industrias de la comunicación. Comunicarnos en sociedad. Ejemplos y experiencias. Reflexión grupal sobre casos.

Unidad 2> MODELO COMUNICACIONAL

Modelo de comunicación. Fuente y codificador. Receptor y decodificador. Componentes, alcances e intenciones. Fidelidad. Comunicación y cultura. Entorno social y contexto. Medios posibles. Lenguaje no verbal. Definición de público objetivo y su vinculación con las estrategias posibles.

Unidad 3> COMUNICACIÓN APLICADA AL TURISMO RURAL

Dinámica de la comunicación aplicada al Turismo Rural, utilidad, comunicación interna y externa. Qué y por qué comunicar. Comunicar para alcanzar objetivos. Elaboración del mensaje: a quién queremos llegar y cómo hacerlo. Ruidos, feedback y empatía. Análisis de casos relacionados al Turismo Rural.

Unidad 4> EL MENSAJE

Habilidades y Actitud de la fuente y del receptor. Código, contenido y tratamiento del mensaje. Significado y signifiante. Objetivos y resultados. Las Imágenes: lenguaje visual como estrategia de venta en Turismo Rural. Qué transmitir y cómo hacerlo. Derechos de uso. Edición y Producción Fotográfica.

Unidad 5> FUENTES Y MEDIOS DE INFORMACIÓN

Qué queremos comunicar. Cómo elegir los canales. A quiénes queremos llegar. Principios de un plan comunicacional. Soportes de comunicación. Bases de datos y seguimiento. Repercusiones. Introducción a los formatos digitales. Características de redacción para cada medio.

Unidad 6> COMUNICACIÓN EXTERNA

Definición. Piezas de comunicación interna. Contratación de servicios: profesionales necesarios para cada pieza de comunicación. Qué podemos hacer nosotros y qué delegar. Diseñadores, programadores, fotógrafos, redactores, correctores, entre otros. Cómo encargar, supervisar y seguir el trabajo hasta su finalización. Estrategias de distribución y difusión.



Asunto: Continuación de la resolución C. D. 1647/15.

C. D. 1647
CUDAP: EXP-UBA 43.576/15
//..138

Unidad 7> COMUNICACIÓN INTERNA

Comunicación interna en emprendimientos de Turismo Rural. Definición. Liderar y comunicar. La importancia de la atención personalizada y cordial. Cartelera. Seguimiento de fechas importantes.

Unidad 8> TRABAJO FINAL

Elaboración de un Proyecto integral de comunicación aplicado a un emprendimiento de Turismo Rural en funcionamiento y/o destino turístico. Definición de piezas comunicacionales. Planificación. Objetivos. Estimación de alcances y resultados. Propuesta de acción.

6. METODOLOGIA DIDÁCTICA

Este programa se desarrollará mediante exposiciones por parte del profesor con participación de los alumnos, aplicando la teoría a casos concretos que la ejemplifiquen. Se promueve el trabajo en grupos no estancos, de no más de 5 (cinco) integrantes, para facilitar las relaciones interpersonales y aprovechar la diversidad de criterios. Los trabajos prácticos se realizarán mayormente en aula a excepción del Plan Comunicacional de fin de cursada que requiere trabajo domiciliario.

7. FORMAS DE INTEGRACIÓN DE LA PRÁCTICA

Se realiza un viaje de estudio a emprendimientos en funcionamiento para aplicar los conocimientos adquiridos en la materia y poder volcarlos en un análisis real y actual con las particularidades del Turismo Rural. Se realizar un plan comunicacional en el que deben volcar los aspectos teóricos adquiridos en la materia.

8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Promoción

Evaluación integradora y Trabajo Final con nota igual o superior a 7 (siete). Asistencia del 75%.

Condición Regular

Notas entre 4 y 6.99, y asistencia del 75% (dan examen final)

Examen final libre

Modalidad: escrito / De carácter teórico y práctico (con análisis de una pieza comunicacional provista por el docente).

Asistencia cumplida: solamente cumple 75 % de asistencia



Asunto: Continuación de la resolución C. D. 1647/15.

C. D. 1647
CUDAP: EXP-UBA 43.576/15
//..139

9. BIBLIOGRAFÍA

Obligatoria:

BERLO, David. "Proceso de la Comunicación", Ed. El Ateneo.
CAPRIOTTI PERI, Paul. "Branding Corporativo, Fundamentos para la gestión estratégica de identidad corporativa". Colección Libros de la Empresa.
COMUNICACIÓN INTERNA, apunte de Cátedra (G.Gallo, 2011)
APUNTE LENGUAJE FOTOGRÁFICO-10 / Teoría de Henri Cartier Bresson

Optativa:

VINEET NAYAR, "Primero los empleados, los clientes después". Colección Management ESERP y Harvard Business.
COVERY, Stephen R., Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva. Ed. Paidós