

PLAN DE ESTUDIO DE LA CARRERA

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

CON REQUISITOS ESPECIALES DE INGRESO

Aprobado por Resolución de Consejo Superior N° 135/2009 y 066/2010
Reconocido oficialmente por Resolución Ministerial N° 1012/2001 y 2085/2010

Villa María, 2000

ÍNDICE

Página

INTRODUCCIÓN

Identificación de la Carrera	4
Dependencia Funcional de la Carrera	4
Fundamentación de la Carrera	5
Objetivos de la Carrera	6

1. CARACTERÍSTICAS DEL TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO

1.1. Nivel	8
1.2. Acreditación	8
1.3. Perfil del Título	8
1.4. Alcance del Título	9

2. CARRERA

2

2.1. Antecedentes	10
2.2. Requisitos de Ingreso a la Carrera	11

3. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIO

3.1. Organización por Cuatrimestre	12
3.2. Asignación Horaria	14
3.3. Dedicación Horaria	16
3.4. Espacios Curriculares: contenidos mínimos, objetivos o consideraciones	17
3.5. Régimen de Correlatividades	23
3.6. Espacios Curriculares de Cursado Opcional	26

ANEXOS

Anexo I

Análisis de Congruencia – Plan de estudio de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación con requisitos especiales de ingreso.

Anexo II

Resoluciones.

Anexo III

Convenio y Protocolo de Trabajo establecidos entre la Universidad Nacional de Villa María y el Instituto de Educación Superior del Centro de la República -INESCER-.

Anexo IV

Plan de estudio correspondiente a la Carrera Técnico Superior en Comunicación Social dependiente del INESCER.

3

Anexo V

Resoluciones de aprobación del plan de estudio de Carrera Técnico Superior en Comunicación Social dependiente del INESCER.

Anexo VI

Trayecto Curricular de Actualización dependiente del INESCER.

INTRODUCCIÓN

El presente plan de estudio surge a partir de lo expuesto en los cuerpos especiales en oportunidad de presentar a las autoridades ministeriales el Proyecto Institucional de la Universidad Nacional de Villa María, expediente N° 6876-6/96.

Al respecto, se han modificado algunos aspectos del plan de estudio para adecuarlos a una presentación más acorde con los lineamientos sugeridos por el ME para la obtención del reconocimiento oficial del título y su consecuente validación nacional.

Identificación de la Carrera

La carrera que en este caso se gestiona su validación se identifica de la siguiente manera:

4

- Denominación:

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación con Requisitos Especiales de Ingreso

- Título:

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Dependencia Funcional de la carrera

Esta carrera depende del Instituto Académico - Pedagógico de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Villa María, según Resolución Rectoral N°199/97.

Fundamentación de la Carrera

En el mundo actual se está produciendo una profunda transformación y una acelerada expansión de los medios de comunicación social, es sabido que las nuevas tecnologías en comunicación -que incluyen la telemática, las transmisiones satelitales, los bancos de datos, la transmisión digital, la microelectrónica, etc.- han transformado a la comunicación y a la información en una fuerza productiva capaz de modificar la totalidad de los fenómenos socioeconómicos de la sociedad contemporánea.

Se puede afirmar que está en curso una recomposición tecno-industrial del campo cultural y comunicativo que tendrá profundos efectos sobre las nuevas formas de sociabilidad de los individuos, en las alteraciones de los nuevos lenguajes sociales, en la segmentación de los consumos informáticos y culturales, promoviendo nuevas configuraciones de poder en las relaciones económicas y políticas, tanto dentro de la sociedad como entre las naciones.

Desde esta perspectiva es que la comunicación se piensa como un conjunto de intercambios a partir de los cuales se van procesando identidades, normas, valores, se van acumulando y legalizando saberes y poderes, constituyéndose en un terreno privilegiado para la construcción de sentidos del orden social.

Este nuevo escenario de lo comunicativo ha traído como consecuencia la aparición y consolidación de configuraciones culturales complejas en torno de las figuras de emisor y receptor, de las condiciones de producción y recepción de los mensajes; en la constitución de nuevas hegemonías económicas y políticas en manos de grandes conglomerados económicos; asimismo, el desarrollo de las tecnologías determinan la construcción de nuevos sistemas comunicativos basados en la reproducción y circulación ampliada de los discursos sociales.

Situar de esta manera la naturaleza comunicativa, implica también redefinir el universo teórico de los estudios de comunicación hacia un nuevo horizonte

metodológico que presenta un alto grado de heterogeneidad y un status epistemológico transdisciplinario, que posibilita formar profesionales capaces de abordar la compleja trama comunicacional del mundo actual, puesto que la comunicología hoy es fundamentalmente el estudio de las mediaciones sociales, ya estén éstas vinculadas a los discursos sociales, las tradiciones, los rituales en uso o las prácticas sociales.

La carrera encara la formación de profesionales que orienten sus estudios hacia la dimensión tecnológica, política, económica, cultural e ideológica; como así también hacia las diferentes prácticas sociales de la comunicación masiva y alternativa; al estudio y análisis de los lenguajes, los géneros, los discursos y sus modos de producción y recepción.

Esta licenciatura se propone realizar un proceso teórico y metodológico que apunte al conocimiento de las realidades políticas, sociales y culturales en la cual el alumno está inserto, y generar propuestas de análisis, investigación e intervención en el campo de la comunicación.

6

Objetivos de la Carrera

- Formar profesionales que promuevan la investigación de los procesos y prácticas comunicacionales y de la producción en el campo de la cultura.
- Formar profesionales capaces de manejar métodos y técnicas de planificación que promuevan la producción de conocimientos vinculados a la comunicación y la cultura.
- Promover el conocimiento de géneros y estilos de los medios de comunicación masiva y desarrollar una actitud crítica para el análisis de los discursos sociales.
- Formar profesionales que puedan participar de la formulación y diseño de políticas de comunicación e información que garanticen el derecho humano a la libertad de expresión, el libre flujo de las comunicaciones y la responsabilidad jurídica y social de los comunicadores.

- Formar profesionales competentes para discriminar los factores económicos y políticos que inciden en los sistemas de comunicación social.

1- CARACTERÍSTICAS DEL TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO

1.1. Nivel de grado

1.2. Acreditación Licenciado en Ciencias de la Comunicación

1.3. Perfil del Título

El título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación acredita los siguientes conocimientos y capacidades:

- Capacidad para indagar procesos de interacción simbólica y sus imbricaciones en los procesos socioculturales.
- Capacidad para investigar e indagar situaciones comunicativas en los distintos niveles de la vida social.
- Capacidad para analizar los mecanismos de producción de sentido y el estudio de los sistemas sociales de significación.
- Capacidad para planificar, conducir y evaluar estrategias de comunicación intra y extra institucionales.
- Capacidad para asesorar e intervenir en materia de políticas de comunicación social.
- Capacidad para asesorar en materia de jurisprudencia de la comunicación y la información.
- Capacidad para asesorar en el área de la industria de las telecomunicaciones y las redes de información.

1.4. Alcance del Título

- Investigar los procesos y prácticas de la comunicación en el campo de la producción social y cultural.
- Investigar los mensajes que circulan en los medios masivos de comunicación y los distintos estilos discursivos sociales.
- Desarrollar actividades de planificación, diagnóstico e investigación en comunicación social, en los ámbitos gubernamentales y no gubernamentales.
- Asesorar a organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, instituciones, partidos políticos, organizaciones sociales y comunitarias, en temas vinculados a la comunicación, a la cultura y a los medios.
- Asesorar en el uso e implementación de las tecnologías de comunicación en diferentes instituciones de carácter público o privado.

2. CARRERA

2.1. Antecedentes

Al comenzar sus actividades académicas en el año 1997, la Universidad Nacional de Villa María, no registra ningún tipo de antecedentes en el ámbito de esta carrera.

La elaboración del presente plan de estudio se ha basado en el estudio y análisis, por parte de profesionales del Instituto de Educación Superior del Centro de la República -INESCER-, de documentos y planes de estudios similares que se imparten en otras universidades, los que fueron recuperados y adaptados a las necesidades de la región.

Al respecto, fueron consultados:

- * Plan de estudio de la carrera Comunicación Social de la Universidad Nacional de Córdoba.
- * Plan de estudio de la carrera Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad de Buenos Aires.
- * Márquez de Melo, José. *“Desafíos actuales de la enseñanza de la comunicación”*. Revista Diálogos. Nº 19. Enero 1988.
- * Solís, Beatriz – Peza, Carmen de la. *“Modelo para armar. La carrera de Ciencias de la Comunicación”*. Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco. Revista Diálogos. Nº 19. Enero 1988.
- * Barbero, Jesús Martín. *“Crisis en los estudios de comunicación y sentido de la reforma curricular”*. Revista Diálogos. Nº 19. Enero 1988.
- * AAVV. *“Diálogo con los investigadores argentinos de comunicación, medios, cultura”*. Revista Mapa Nocturno. Nº 6. Octubre de 1996.
- * AAVV. *“Repensar los planes de estudio de periodismo”*. Primer Encuentro Iberoamericano de Enseñanza de Periodismo. Asociación de Facultades Argentinas de Comunicación Social (AFACOS). Revista Mapa Nocturno. Nº 6. Octubre de 1996.

2.2. Requisitos de Ingreso a la Carrera

2.2.1. Para egresados de cohortes matriculadas a partir del año 1997, inclusive:

- Título de **Técnico Superior en Comunicación Social**¹ otorgado por el Instituto de Educación Superior del Centro de la República -INESCER- según Resolución Dirección de Enseñanza Media, Especial y Superior N° 1262. Duración que demanda la carrera: en 3 años y medio; en horas: 3.424.

2.2.2. Para egresados de cohortes matriculadas en años anteriores a 1997²:

- Título de **Técnico Superior en Comunicación Social**³ otorgado por el Instituto de Educación Superior del Centro de la República -INESCER-- según Resolución Dirección de Enseñanza Media, Especial y Superior N° 1262. Duración que demanda la carrera: en 3 años y medio; en horas: 3.424.
- Certificado de aprobación del Trayecto Curricular de Actualización implementado por el Instituto de Educación Superior del Centro de la República –INESCER-.

2.2.3.

- Poseer el Título de Técnico Superior en Comunicación Social o titulaciones equivalentes, otorgados por otras Instituciones de Educación Superior Universitarias o no Universitarias, oficialmente reconocidas; cuyos planes de estudio tengan como mínimo 3 años de duración y 1600 horas, más la certificación que acredite la aprobación de Trayectos Curriculares de Complementación o de Actualización, según se determine.

¹ Ver: Anexo III: Convenio y Protocolos de Trabajo.
Anexo IV: Carrera Técnico Superior en Comunicación Social.

² La UNVM determina el término de este requisito de ingreso en el año 2000, por lo tanto, tiene carácter excepcional y se aplicará por única vez para aquellas promociones egresadas con anterioridad a ese año.

³ Ibídem cita 1.

3. ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIO

3.1. Organización por Cuatrimestre

3.1.1. Primer Cuatrimestre

3.1.1.1. Asignaturas

Análisis de la Comunicación

Comunicación y Procesos Culturales

Metodología de la Investigación en Comunicación

3.1.1.2. Seminario

Seminario sobre Comunicación y Prácticas Sociales

3.1.2. Segundo Cuatrimestre

3.1.2.1. Asignaturas

Análisis del Discurso

Comunicación y Desarrollo Tecnológico

Economía Política de la Comunicación

Planificación y Gestión de la Comunicación

3.1.2.2. Seminario

Seminario sobre Géneros Ficcionales y Cultura de Masas

3.1.3. Tercer Cuatrimestre

3.1.3.1. Asignaturas

Análisis del Discurso

Comunicación y Desarrollo Tecnológico

Economía Política de la Comunicación

Planificación y Gestión de la Comunicación

3.1.3.2. Seminario

Seminario sobre Comunicación y Sociedad

3.1.4. Cuarto Cuatrimestre

3.1.4.1. Asignaturas

Investigación de Mercado y Opinión Pública

Legislación de la Comunicación

3.1.4.2. Seminario

Seminario sobre Políticas de Comunicación y Cultura

3.1.4.3. Taller

Taller de Apoyo al Trabajo Final de Grado

3.1.4.4. Trabajo Final

Trabajo Final de Grado

3.2. Asignación Horaria

Espacios Curriculares	Carga Horaria Semanal	Régimen de Cursado	Carga Horaria Total⁴
Primer Cuatrimestre			
Análisis de la Comunicación	6	Cuatrimestral	96
Comunicación y Procesos Culturales	6	Cuatrimestral	96
Metodología de la Investigación en Comunicación	6	Cuatrimestral	96
Seminario sobre Comunicación y Prácticas Sociales		Cuatrimestral	96
Total Carga Horaria Primer Cuatrimestre			384
Segundo Cuatrimestre			
Análisis del Discurso	4	Anual	64
Comunicación y Desarrollo Tecnológico	4	Anual	64
Economía Política de la Comunicación	4	Anual	64
Planificación y Gestión de la Comunicación	4	Anual	64
Seminario sobre Géneros Ficcionales y Cultura de Masas		Cuatrimestral	96
Total Carga Horaria Segundo Cuatrimestre			352
Espacio Curricular	Carga Horaria Semanal	Régimen de Cursado	Carga Horaria Total⁵
Tercer Cuatrimestre			
Análisis del Discurso	4	Anual	64
Comunicación y Desarrollo Tecnológico	4	Anual	64
Economía Política de la Comunicación	4	Anual	64
Planificación y Gestión de la Comunicación	4	Anual	64
Seminario sobre Comunicación y Sociedad		Cuatrimestral	96
Total Carga Horaria Tercer Cuatrimestre			352
Cuarto Cuatrimestre			
Investigación de Mercado y Opinión Pública	6	Cuatrimestral	96
Legislación de la Comunicación	6	Cuatrimestral	96

⁴ La carga horaria total se calcula sobre la base de un cuatrimestre de 16 semanas.

⁵ La carga horaria total se calcula sobre la base de un cuatrimestre de 16 semanas.

Seminario sobre Políticas de Comunicación y Cultura		Cuatrimestral	96
Taller de Apoyo al Trabajo Final de Grado		Cuatrimestral	28 ⁶
Trabajo Final de Grado		Cuatrimestral	350
Total Carga Horaria Cuarto Cuatrimestre			666
Total Carga Horaria de la Carrera			1754

⁶ La carga horaria del Taller se calcula sobre la base de un cuatrimestre de 14 semanas.

3.3. Dedicación Horaria

3.3.1. Régimen de Cursado

- Cuatrimestral
- Anual

3.3.2. Estimación de la Duración Total que Demanda la Carrera

- en horas: 1754 (mil setecientos cincuenta y cuatro)
- en años: 2 (dos)

Horas de Clase-Asignaturas	992
Horas de Seminario	384
Horas de Taller	28
Horas Trabajo Final de Grado	350
Total Carga Horaria de la Carrera	1.754

3.4. Espacios Curriculares: contenidos mínimos, objetivos y consideraciones

A continuación se detallan los contenidos mínimos de las asignaturas, los objetivos de los seminarios y talleres, y algunas consideraciones sobre trabajo final de grado, pertenecientes a la organización curricular de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación con requisitos especiales de ingreso. Dichos espacios están ordenados alfabéticamente.

3.4.1. Asignaturas

Análisis de la Comunicación

Transformaciones en los procesos y modelos de comunicación. Nuevos modos de abordaje en la problemática comunicación, medios, cultura. Estudios de recepción. Estudios culturales. Estudios de audiencia.

Análisis del Discurso

De la teoría del lenguaje al análisis del discurso. Teoría de los discursos sociales. La semiosis social. Condiciones de producción y condiciones de reconocimiento de los discursos sociales. Operaciones discursivas. Circulación discursiva.

Comunicación y Desarrollo Tecnológico

Innovación tecnológica en los medios de comunicación social. La revolución científico-técnica. El control transnacional de las comunicaciones y la información. Estructura social y transferencia tecnológica. Del Informe Mac Bride al New Order. La sociedad de la información. Medios de información y entretenimiento.

Comunicación y Procesos Culturales

La nueva escena sociocultural. Mundialización e internacionalización de productos culturales. Globalización y localización: redefinición de lo local y lo global, lo público y lo privado. Comunicación y ciudadanía. El multiculturalismo. Medios masivos y prácticas socioculturales. Teorías sobre el consumo.

Economía Política de la Comunicación

Economía y comunicación, aportes de la economía política para el análisis de los medios de comunicación de masas. Los medios de comunicación como sector estratégico de la economía. La diversificación de los conglomerados comunicacionales. Los complejos industriales de la comunicación.

Investigación de Mercado y Opinión Pública

Teorías actuales sobre opinión pública. Técnicas de investigación de opinión pública y mercado. Conductas y motivaciones del consumidor. Diversos enfoques del consumo: económico sociológico, psicológico. Investigaciones del consumidor y técnicas de abordaje. Teorías y técnicas de la segmentación de mercado.

18

Legislación de la Comunicación

El derecho a la información aplicado a todos los medios de comunicación social. El fenómeno de la información y la comunicación desde la doctrina y la jurisprudencia. El régimen legal argentino de la información y la comunicación. Aspectos generales del régimen internacional de comunicaciones.

Metodología de la Investigación en Comunicación

Epistemología y metodología aplicadas al campo de la comunicación y la cultura. Elementos para la investigación científica de la comunicación. Metodologías cuantitativas y cualitativas en las ciencias sociales. Aportes para un enfoque transdisciplinario en los estudios de comunicación.

Planificación y Gestión de la Comunicación

Diagnóstico, planificación y evaluación de medios, procesos y proyectos de comunicación. La comunicación en las organizaciones estatales y privadas, las sociedades intermedias, las instituciones sociales y educativas. Planificación comunicacional. Modelos y técnicas de planificación y gestión.

3.4.2. Seminarios

Seminario sobre Comunicación y Prácticas Sociales

Objetivos

- Lograr una aproximación teórica y metodológica de las distintas tendencias de la investigación en comunicación alternativa.
- Caracterizar las prácticas de comunicación desde los distintos sectores sociales donde ésta se manifiesta y va construyendo una nueva hegemonía.
- Reflexionar sobre la comunicación desde las prácticas comunicativas de los distintos sectores, grupos y movimientos sociales.
- Identificar las diversas propuestas alternativas y populares a las comunicaciones de masas
- Analizar la problemática comunicacional en relación a los procesos de democratización y en relación a la sociedad global.

Seminario sobre Comunicación y Sociedad

20

Objetivos

- Caracterizar los nuevos códigos de construcción de la sociedad y su relación con la denominada sociedad de la comunicación.
- Reconocer el papel de las nuevas tecnologías de comunicación en la configuración y redefinición de los espacios públicos y privados.
- Caracterizar desde el estudio de las mediaciones sociales las formas de distribución y recepción de bienes simbólicos en la sociedad post-moderna.
- Caracterizar las nuevas estrategias de comunicación en los usos de la ciudad.
- Analizar la constitución de un nuevo espacio público y su relación con la comunicación política.

Seminario sobre Géneros Ficcionales y Cultura de Masas

Objetivos

- Caracterizar los géneros como prácticas de enunciación de los sujetos y como estrategias de comunicabilidad de saberes narrativos, expresivos y técnicos.
- Identificar las matrices culturales constitutivas de los distintos géneros, sus cruces e interferencias con otros enunciados de la cultura de masas.
- Reconocer las transformaciones que se están operando en los géneros tradicionales y su relación con la emergencia de nuevos formatos en la cultura mediática.
- Identificar las diversas estrategias de apropiación y consumo de los géneros y formatos mediáticos por parte de los diferentes grupos sociales.

Seminario sobre Políticas de Comunicación y Cultura

Objetivos

- Caracterizar la industria cultural en la Argentina, su estructura y funcionamiento.
- Señalar la relación entre medios de comunicación -públicos y privados- y los procesos políticos en la Argentina.
- Caracterizar las políticas culturales del estado y las demandas del campo cultural.
- Caracterizar las políticas nacionales e internacionales de comunicación frente a la expansión de las nuevas tecnologías de comunicación.

3.4.3. Taller

Taller de Apoyo al Trabajo Final de Grado

Objetivos

- Propiciar la integración de conocimientos y capacidades adquiridos en la carrera, mediante el intercambio de ideas y el asesoramiento específico.
- Propiciar la aplicación de conocimientos y capacidades para la elaboración del proyecto de trabajo final de grado.
- Proporcionar una apoyatura sistemática para la realización del trabajo final de grado.

3.4.4. Trabajo Final de Grado

El Trabajo Final de Grado constituye una instancia de integración de los conocimientos teóricos y prácticos que se han desarrollado a lo largo de la carrera. Consiste en la culminación del proceso iniciado en el Taller de Apoyo al Trabajo Final de Grado, que se concreta en el diseño e implementación de un estudio acotado a problemas vinculados al ámbito de las Ciencias de la Comunicación.

3.5. Régimen de Correlatividades

3.5.1. Régimen de Correlatividades para Cursar

Espacios Curriculares	Tener Regularizada	Tener Aprobada
Análisis de la Comunicación		
Comunicación y Procesos Culturales		
Metodología de la Investigación en Comunicación		
Seminario sobre Comunicación y Prácticas Sociales		
Análisis del Discurso		
Comunicación y Desarrollo Tecnológico	- Análisis de la Comunicación	
Economía Política de la Comunicación	- Análisis de la Comunicación	
Planificación y Gestión de la Comunicación	- Metodología de la Investigación en Comunicación	
Seminario sobre Géneros Ficcionales y Cultura de Masas		- Seminario sobre Comunicación y Prácticas Sociales
Seminario Comunicación y Sociedad		- Seminario sobre Géneros Ficcionales y Cultura de Masas
Investigación de Mercado y Opinión Pública	- Comunicación y Desarrollo Tecnológico	
Legislación de la Comunicación		
Seminario sobre Políticas Comunicación y Cultura		- Seminario Comunicación y Sociedad
Taller de Apoyo Trabajo Final de Grado	- Metodología de la Investigación en Comunicación	
Trabajo Final de Grado		

3.5.2. Régimen de Correlatividades para Rendir

Espacios Curriculares	Tener Aprobada
Análisis de la Comunicación	
Comunicación y Procesos Culturales	
Metodología de la Investigación en Comunicación	
Seminario sobre Comunicación y Prácticas Sociales	
Análisis del Discurso	
Comunicación y Desarrollo Tecnológico	- Análisis de la Comunicación
Economía Política de la Comunicación	- Análisis de la Comunicación
Planificación y Gestión de la Comunicación	- Metodología de la Investigación en Comunicación
Seminario sobre Géneros Ficcionales y Cultura de Masas	- Seminario sobre Comunicación y Prácticas Sociales
Seminario Comunicación y Sociedad	- Seminario sobre Géneros Ficcionales y Cultura de Masas
Investigación de Mercado y Opinión Pública	- Comunicación y Desarrollo Tecnológico
Legislación de la Comunicación	
Seminario sobre Políticas Comunicación y Cultura	- Seminario Comunicación y Sociedad
Taller de Apoyo al Trabajo Final de Grado	- Metodología de la Investigación en Comunicación
Trabajo Final de Grado	

3.6. Espacios Curriculares de Cursado Opcional

Respetando los principios que subyacen del Proyecto Institucional de la Universidad Nacional de Villa María, se fomentará en los alumnos de la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, con Requisitos Especiales de Ingreso, el cursado de los siguientes espacios curriculares: Actividad Física y Deporte I, Actividad Física y Deporte II, Inglés I, Inglés II, Filosofía, y Ética Profesional. Estos espacios curriculares, entre otros, forman parte del Ciclo Básico Universitario que integra la estructura curricular de las carreras de grado que se imparten, en su totalidad, en la mencionada Universidad.

A continuación se indican los contenidos mínimos de dichos espacios curriculares:

Actividad Física y Deporte I

Actividad física, deporte: importancia y efectos en el desarrollo personal, social. Calidad de vida. Salud. Conocimiento y aceptación de su propio cuerpo y posibilidades de movimiento.

Hábitos de actividad física y deporte. Sensibilización y exploración. Higiene, alimentación, postura.

Realidad cultural en actividad física y deporte.

Primeros auxilios en los accidentes en la actividad física y deportiva.

Competencias deportivas. Actitudes y formación de valores. El esfuerzo personal y el trabajo en equipo.

Aprendizaje motor. Capacidades condicionales y coordinativas.

Entrada en calor: principios y procedimientos. Recuperación después de la actividad física.

Proyecto Institucional de la UNVM y la actividad física y el deporte.

El Reglamento, técnica, táctica, estrategia de ataque y defensa de los deportes: nivel introductorio.

Actividad Física y Deporte II

Aprendizaje motor. Capacidades condicionadas y coordinativas: los procedimientos para la organización de la tarea. Regulación del esfuerzo. Conciencia de las

posibilidades corporales. Actividad física y deporte y la salud. Hábitos de actividad física y deporte: factores condicionantes. Procedimientos antes, durante y después de la actividad física.

Ética del deporte. Trabajo en equipo.

Organización de competencias lúdico - deportivas.

El Reglamento, técnica, táctica, estrategias de ataque y defensa de los deportes: nivel avanzado.

Ética Profesional

El problema moral en la época contemporánea. Los dos ciclos modernos de secularización de la moral. La respuesta de la ética clásica. Diferentes fundamentos metafísicos y modernos de la acción racional. Concepto del trabajo. Fin individual y social del trabajo. Concepto de profesión. Profesión y vocación. La profesión en su relación con la Nación y la comunidad. Perversión de los fines de la profesión. Aptitud profesional. Deberes del ejercicio de la profesión.

Filosofía

Conocimiento filosófico y científico. Principios y postulados. La pregunta filosófica. La cuestión metafísica y la constitución de los mundos históricos. Las distintas cosmovisiones: antigua, medieval, moderna y postmoderna. La cuestión metafísica, el conocimiento, el hombre, la ética, el Estado, y la política como ejes transversales de la asignatura.

26

Inglés I

Enseñanza de estructuras gramaticales sencillas. Estudio de principales verbos en tiempo presente. Los sustantivos, adjetivos, artículos, adverbios y pronombres. Su función gramatical dentro, de la oración inglesa. Vocabulario básico. Giros idiomáticos simples y frecuentes.

Inglés II

Vocabulario más amplio con incorporación de terminología específica. Manejo de tiempos y modos verbales presentes y pasados. Formas gramaticales más complejas. Lectoescritura inglesa. Interpretación de contenidos de textos escritos en idioma inglés.

