



UNIVERSIDAD CAECE

DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES

PROGRAMA DE: TALLER DE ESCRITURA II		
CODIGO DE LA CARRERA 081	PLAN DE LA CARRERA 10R	CODIGO ASIGNATURA 1933/04R
AÑO 1º	CUATRIMESTRE 2º	VIGENCIA 2010
CARRERA: LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES		
Nº DE RESOLUCIÓN MINISTERIAL 119/02		Nº DE RESOLUCIÓN INTERNA 761/00-56/01-534/01-861/04-691/09

OBJETIVOS

Que los alumnos logren:

- Comprender la importancia de la comunicación escrita en las relaciones públicas.
- Comprender las características de las distintas etapas del proceso de producción de los mensajes escritos.
- Desarrollar una escritura fluida, sencilla y directa, aplicable a las distintas clases de documentos.
- Producir textos informativos, explicativos y argumentativos aplicados a temáticas generales.

CONTENIDOS MINIMOS

Lenguaje y comunicación. Lengua oral y lengua escrita. Auditorios o destinatarios. Discursos: tipos, morfología, semántica. Textos discursivos. Interacción oral: tipos y modos. Procedimientos para escribir en forma eficiente: pautas y reglas básicas. Presentaciones efectivas. Periodismo: estilos, medios, gacetillas, notas, reportajes. Publicidad: ciclos, elaboración de mensajes. Formas y contenidos. Promoción: diferentes formas. Comunicación integral, medición de impacto.

PROGRAMA ANALÍTICO

1. LA COMUNICACIÓN

El lugar de la comunicación en las organizaciones. Esquema comunicacional: la relación de los diferentes actores de la comunicación. La imagen de la organización a través de los textos. Estrategias y medios.

2. LOS TEXTOS

La comunicación dentro de las organizaciones: memorando, informes, circulares, house organ, etc. La comunicación fuera de las organizaciones: gacetillas informativas, folleto institucional, newsletter, otros textos institucionales. Distintos tipos de publicaciones: gremiales, sectoriales, académicas, institucionales, gubernamentales, organizaciones no gubernamentales.

3. LOS SOPORTES

Tipos de escritura para diferentes soportes. Las nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación de las organizaciones. Power Point, infografías, cuadros. Características de la escritura para el fax, el correo electrónico, la página web.

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

Billorou, Oscar (1992). *Las comunicaciones de Marketing*. El Ateneo.

Vercelli, Simonetta (2000). *Informes, comunicaciones y presentaciones*. Edit. De Vecchi.

Marro, M y Dellamea, A. (2000) *Producción de textos, estrategias del escritos y recursos del idioma*. Edit. Docencia.

Serafín, María Teresa (1994) *Cómo se escribe*. Barcelona. Ediciones Paidós Ibérica. S.A.

Xifra, Jordi (2003). *Teoría y estructura de las Relaciones Publicas*. Edit. Mc Graw Hill.

METODOLOGÍA

∞ Las clases tendrán un aspecto teórico, pero se desarrollarán fundamentalmente en forma práctica.

∞ Se trabajará con lectura, comprensión y elaboración de textos.

∞ Deberán realizar búsquedas de material y lecturas relacionadas con los temas a tratar para elaborar textos propios.

EVALUACIÓN: APROBACION DEL CURSADO DE LA ASIGNATURA

- Cumplimiento del régimen de asistencia establecido por la Universidad
- Cumplimiento del 80% de los trabajos prácticos.
- Evaluación de la carpeta de cursada.
- Aprobación de un examen parcial escrito.

Nota: Se tendrá en cuenta muy especialmente la participación y la presentación de trabajos en tiempo y forma. No se aceptarán trabajos fuera de los plazos que se indicarán con la necesaria anticipación.

EVALUACION FINAL: RÉGIMEN DE APROBACIÓN DE MATERIA

Examen final oral o escrito, individual