

# ESCUELA DE COMERCIO MARTÍN ZAPATA - UNCUYO

## PROGRAMA ANUAL

<b>ORIENTACIÓN:</b> ECONOMIA Y ADMINISTRACIÓN /INFORMÁTICA / CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES	<b>CICLO LECTIVO:</b> 2019
<b>NOMBRE DEL ESPACIO CURRICULAR:</b> COMUNICACIÓN	
<b>ÁREA:</b> : COMUNICACIÓN	<b>AÑO:</b> 1º
<b>FORMATO:</b> Asignatura	<b>CICLO:</b> Básico
<b>CURSO:</b> Todas las divisiones	<b>TURNO:</b> Tarde
<b>PROFESORES A CARGO:</b> Immerso, Mariana; Drajer, Eliana; Peña, Claudio; Sendra, Carolina	<b>HORAS SEMANALES:</b> 2

### CAPACIDADES

- Desarrollar habilidades en el análisis, interpretación y valoración crítica de las diferentes fuentes de información.
- Desarrollar capacidad de comunicación oral y escrita.
- Elaborar y expresar los propios argumentos orales y escritos de una manera convincente y adecuada al contexto.
- Presentar información de manera ordenada y clara a través de diferentes recursos expresivos, utilizando herramientas tecnológicas disponibles.
- Participar en situaciones comunicativas orales, verbales, motrices y expresivas para socializar los resultados obtenidos de diferentes procesos de estudio, trabajo e investigación.
- Desarrollar la observación y recogida de datos progresivamente en forma autónoma y sistemática.
- Formular conjeturas o hipótesis para llegar a conclusiones personales y consensuadas.
- Utilizar en forma segura y crítica las tecnologías de la sociedad de la información para el estudio, el trabajo, el ocio, y la comunicación.
- Desarrollar las capacidades necesarias para la comprensión y utilización inteligente y crítica de los nuevos lenguajes producidos en el campo de las tecnologías de la información y la comunicación.
- Utilizar el conocimiento para comprender y transformar constructivamente su entorno social, ambiental, económico y cultural; y situarse como participante activo en un mundo en permanente cambio.

### SABERES

#### Eje 1: PROCESOS COMUNICACIONALES Y ANALISIS DE MEDIOS

Comprensión y reflexión del **proceso de comunicación** identificando **sus elementos** con énfasis en la **comunicación como producción de sentido**.

Identificación y aplicación de la **competencia comunicativa**.

Adquisición de conocimiento acerca de la **comunicación interpersonal, grupal y de masas**.

Relación e interacción a través de la **comunicación interactiva**. Reflexión sobre los **medios de comunicación. Su función social. La construcción de la noticia. Análisis de medios. Observatorio de medios. Definición de medios. Las representaciones, fuentes de información; los géneros; los lenguajes; la tecnología; las audiencias Producción en diferentes formatos de productos comunicativos.**  
 Relación del **concepto de imagen y sociedad de consumo.**  
 Reconocimiento de la **imagen y su contexto: Polisemia. Estructura de la imagen.**

## **Eje 2: PRODUCCIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**Aplicación y diferenciación de estrategias comunicativas propaganda, promoción y publicidad.** La sociedad de consumo.

Reconocimiento de **la comunicación interactiva y los medios digitales**, en torno de la **interactividad, la multimedialidad y la hipertextualidad.** Actitud crítica de **los medios de comunicación: roles y mensajes.**

Identificación de los **nuevos escenarios posibilitados por internet: redes sociales, chat, correo electrónico, blogs.** Análisis e investigación sobre la producción de textos en red. **Formatos de producción: diario y radio en internet. Diarios on-line: el lenguaje multimedia y la construcción de comunidades.**

### **CONDICIONES DE APROBACIÓN**

- Evaluación semiestructurada.
- Trabajos prácticos individuales y grupales.
- Trabajos prácticos de investigación.
- Exposiciones orales.
- Presentación de producciones grupales
- Producción de medio.
- Organización de experiencias de auto y co-evaluación.

### **BIBLIOGRAFÍA DEL ALUMNO**

- Cuadernillo elaborado por los docentes.
- Recortes de diarios y revistas.
- Guías de estudio y análisis de películas, programas televisivos y observación de video clips.