

ANEXO I
CARRERA DE POSGRADO

MAESTRIA EN COMUNICACION ESTRATEGICA

1. Denominación:

Plan de estudios de la Carrera de Posgrado **“Maestría en Comunicación Estratégica”**

2. Finalidad:

La Carrera de Posgrado de “Maestría en Comunicación Estratégica” está destinada a formar profesionales en las competencias necesarias para enfrentar desde un plano investigativo y profesional las problemáticas actuales que se presentan en escenarios complejos de cambio social conversacional.

Esta Carrera de Posgrado se propone formar profesionales capaces de actuar desde un abordaje multiparadigmático en un campo de estudio complejo, nuevo y contemporáneo: el de la comunicación social desde la perspectiva de la comunicación estratégica. Este tipo de abordaje responde a la búsqueda de un conocimiento que no se desentienda de los acoplamientos dinámicos y evolutivos de la realidad y los sujetos. Nos proponemos formar profesionales capaces de interpelar diferentes dimensiones de lo real, de reconocer la genealogía de esas mismas realidades y de actuar sobre ellas enfatizando la acción transformadora de la ciencia.

Los nuevos modelos y metáforas comunicacionales, en lugar de trabajar con paradigmas cerrados, buscan incorporar a la teoría como llave, como una forma de interpelar situaciones de comunicación a partir de reconocer su racionalidad comunicacional, su forma de operar el encuentro sociocultural. Se trata de investigar como un descubrir la teoría funcionando en el mundo, tarea en la cual el análisis es una etapa necesaria y no un destino.

A partir de concebir a la Comunicación como el espacio y momento generativo de la transformación sociocultural, esta Maestría forma comunicadores capaces de investigar e interpelar la dinámica social en la que operan, reconociendo y proponiendo dispositivos que promuevan una ampliación constante de la participación de los grupos y sectores involucrados en distintas situaciones comunicacionales.

La formación avanzada en Comunicación Estratégica no sólo tendrá en cuenta la satisfacción de parámetros vinculados a las habilidades analítico-técnicas, sino que estimulará además la creatividad, el desarrollo de una ética de la acción y la sensibilidad a las realidades sociales, con especial énfasis en los requerimientos locales de los territorios.

3. Objeto de estudio:

El objeto de estudio de la carrera “Maestría en Comunicación Estratégica” es la comunicación como fenómeno complejo, situacional y fluido, a partir de un abordaje transdisciplinario, desplazando el énfasis desde la descripción hacia el “poner en común” en relación a un objetivo de transformación y en el marco de un contexto continuamente cambiante, entendiendo por tal:

- el desarrollo de un pensamiento y una acción proyectadas a la dimensión futura, enraizados en los fundamentos de las teorías de la complejidad, la comunicación estratégica y las tecnologías de la información y la comunicación;
- el despliegue de las habilidades necesarias para manejar la ambigüedad, la contradicción, el conflicto, la incertidumbre con decisión y acción eficaz, eficiente y sustentable;
- la creación de soluciones flexibles e innovadoras a los problemas que enfrentan en sus diferentes niveles (desde la definición y diseño de estrategias comunicacionales hasta su efectiva implementación);
- la disponibilidad de esos fundamentos para un ejercicio permanente de reflexión y evaluación crítica de sus consecuencias en cuanto al sentido y tipo de las relaciones e identidades sociales que esos procesos fortalecen
- la promoción de que los distintos dominios disciplinares converjan en una situación de reflexión y construcción académica transdisciplinar en torno a aspectos comunicacionales socioambientales.

Se aborda este objeto de estudio con dos ejes:

- la producción de conocimientos básicos, aplicados y aplicables y su transferencia a diferentes ámbitos académicos y niveles de gestión, vía la adquisición y uso del instrumental teórico-metodológico actualizado y apropiado en materia de investigación en comunicación estratégica.
- un espacio de construcción colectiva para promover una cultura de la sustentabilidad como nuevo estilo profesional en el área de la investigación de procesos comunicacionales y de desarrollo a partir de problemáticas emergentes significativas para los actores en distintos contextos.

4. Características de la Carrera

4.1. Nivel: Posgrado

4.2. Acreditación:

Quienes acrediten los requisitos establecidos en el presente plan de estudios obtendrán el grado académico de “**Magíster en Comunicación Estratégica**”.

4.3. Perfil del título:

El/la Magíster en Comunicación Estratégica es un/a posgraduado/a con una sólida formación transdisciplinaria en el conocimiento de la problemática actual de la comunicación social, con competencias específicas para investigar, interpretar, proyectar y gestionar en el ámbito de la comunicación desde la perspectiva de la comunicación estratégica que implica reconocer la existencia de múltiples niveles de realidad y de percepción, en la constitución y en la dimensión de lo comunicacional. Su formación teórico-metodológica le permite a la vez desempeñarse como capacitador/a, docente y/o investigador/a académico/a sobre temáticas pertinentes.

Está capacitado para abordar situaciones complejas de cambio sociocultural, diseñar y gestionar estrategias comunicacionales desde una perspectiva de sostenibilidad. Su ámbito de acción incluye la comunicación en instituciones, organismos, agencias de cooperación, programas y proyectos analizando y operando en los procesos comunicativos como dispositivos de cambio en la construcción de una cultura de la sustentabilidad.

Es capaz de innovar, utilizando críticamente los avances y las posibilidades tecnológicas según los diferentes requerimientos.

Posee una actitud de flexibilidad que lo lleva a la actualización permanente de su formación y a la integración productiva en equipos de trabajo inter y transdisciplinarios para la intervención, la capacitación y el desarrollo de investigaciones básicas y aplicadas en las áreas de la comunicación estratégica.

4.4. Requisitos de ingreso

Podrán aspirar al título de Magíster:

- a) Quienes tengan título de grado en Comunicación Social y afines expedido por la Universidad Nacional de Rosario, o título equivalente otorgado por universidades argentinas, nacionales, provinciales o privadas, legalmente reconocidas.
- b) Los graduados en Universidades extranjeras oficialmente reconocidas en sus respectivos países, que posean títulos equivalentes a los indicados en el inciso anterior, debidamente certificados. Su admisión no significará reválida del título de grado.
- c) Quienes no tengan título universitario de grado, pero eventualmente estén autorizados para iniciar el trámite de admisión por la Ley de Educación Superior vigente, y tengan antecedentes académicos que la Comisión Académica de la Carrera de Maestría en Comunicación Estratégica considere suficientes.

Otros requisitos de ingreso:

- a) Presentar un currículum vital, con carácter de declaración jurada, que contenga los antecedentes de formación práctica profesional y copia legalizada (anverso y reverso) del título universitario. La Comisión Académica está facultada para solicitar la documentación probatoria de los antecedentes declarados en el currículum vital, de considerarlo necesario.
- b) Poseer conocimiento de un idioma extranjero (inglés, francés, alemán o italiano) el que será acreditado fehacientemente.
- c) En todos los casos la selección de los/las postulantes será resuelta por la Comisión Académica de la carrera de Maestría en Comunicación Estratégica, previo análisis de las presentaciones y –de considerarse oportuno– entrevista personal, mediante resolución fundada.
- d) Se prevé la realización del seminario “Teorías de la comunicación para no comunicadores” que será obligatorio para aquellos/as inscriptos/as a la carrera de Maestría que no posean título universitario específico de Licenciado en Comunicación Social o similar o que hayan sido admitidos/as de acuerdo a lo establecido en el punto c) de este párrafo.
- e) En el caso de que el español no sea la primera lengua, los/las aspirantes deberán acreditar el conocimiento de ese idioma como segunda lengua.
- f) La admisión *per se* no significa reválida del título de grado

5. Organización del Plan de Estudios

5.1. Ciclo y asignaturas

El **ciclo** tiene por objetivo profundizar y actualizar los conocimientos, habilidades y aptitudes relativos a la problemática de la Comunicación Estratégica. De allí la convergencia de:

- El **Núcleo teórico básico** aborda con una mirada transdisciplinar el objeto de estudio –la comunicación estratégica– aportando las diferentes perspectivas teóricas que la hacen posible.
- El **Núcleo teórico específico**, a partir de reconocer la especificidad y centralidad de la dimensión comunicacional en los procesos socioculturales, aporta elementos teóricos y metodológicos adecuados para su profundización.
- El **Núcleo instrumental** proporciona las más actualizadas herramientas (tecnologías e instrumentos) para operar sobre los distintos niveles de complejidad del fenómeno comunicacional.
- El **Núcleo metodológico** brinda los instrumentos y oportunidades de aprendizajes necesarios y adecuados para facilitar la producción de nuevos conocimientos.

Dichos núcleos comprenden las siguientes asignaturas:

Núcleo teórico básico	a - Problemática ambiental en el contexto de la globalización b - Tecnología y sociedad
Núcleo teórico específico	c - Teorías de la Comunicación d - Comunicación Estratégica I e - Comunicación Estratégica II
Núcleo instrumental	f - Taller Multimedia g - Taller Medios Masivos h - Laboratorio de Comunicación Estratégica
Núcleo metodológico	i - Nuevos paradigmas y comunicación j - Metodología de la comunicación estratégica k - Comunicación y autodispositivos colectivos l - Taller de Proyecto I ll - Taller de Proyecto II

5.2. Evaluación:

Las asignaturas serán aprobadas luego de cumplimentadas las siguientes instancias evaluativas:

- a) del proceso de enseñanza-aprendizaje
- b) de la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes
- c) del desenvolvimiento de actividades de trabajo y reflexión grupal y
- d) de las producciones

Se prevé asimismo la producción de un **Proyecto**.

5.3. Asignaturas

Contenidos mínimos y especificaciones

. 1.1.1 Problemática ambiental en el contexto de la globalización:

Antecedentes: Historicidad de los procesos de expansión y desarrollo. Factores críticos. Intensificación, cambio tecnológico y modelos productivos. Hábitat, estructuras sociales, culturales y de poder.

Situación actual: Perspectiva global. Perspectiva regional. Perspectiva local: problemáticas emergentes. Prioridades y propuestas de agenda internacional.

▪ 1. 2. 1 Tecnología y sociedad

Trayectoria de las concepciones sobre el Ambiente: relación hombre-naturaleza. Las tecnologías en la configuración de las relaciones. Impacto ambiental. Sustentabilidad. Paradigmas de desarrollo: conceptualizaciones claves, visiones.

▪ 1.3.1 Teorías de la Comunicación

Desarrollo de las teorías de la comunicación contemporáneas. Visión de autores latinoamericanos, europeos y norteamericanos respecto de la comunicación.

Conceptos para operar en situaciones comunicacionales. Coordenadas espacio temporales: globalización, territorialidad, migración. Enfoques sistémicos, funcionales, simbólicos.

▪ 1. 4. 2 Comunicación Estratégica I

Construcciones dominantes en el abordaje comunicacional ambiental. Crisis paradigmáticas y nuevas propuestas. Dimensión comunicacional como abordaje transdisciplinar. La comunicación como fenómeno complejo y fluido. Crisis y procesos de cambio social conversacional. Elementos para el diseño de estrategias comunicacionales para abordar los procesos de cambio en la cultura de la sustentabilidad.

▪ 1. 5. 2 Comunicación Estratégica II

Diseño de estrategias comunicacionales para abordar los procesos de cambio en la cultura de la sustentabilidad. Planificación estratégica. Componentes para el diagnóstico comunicacional. Identificación de actores relevantes. Identificación y

análisis de matrices. Ejes y tonos de una estrategia comunicacional en el marco de un proyecto de desarrollo ambiental. Diseño de estrategias comunicacionales para abordar los procesos de cambio socioambiental en la cultura de la sustentabilidad.

- **1.6.3 Taller Multimedia**

Entornos virtuales e interactivos. El lenguaje multimedia. Interfaz, ergonomía, usabilidad. Sonido, imagen y video digital: producción, digitalización, formatos, programas de edición, compresión. Animación para aplicaciones multimedia, herramientas. Diferentes fases de la producción multimedia. Productos comunicacionales multimedia.

- **1.7.3 Taller Medios Masivos**

Agenda de medios masivos. Producción, formatos, programas y estilos de edición periodística. Diferentes fases de la producción para medios masivos. Productos comunicacionales combinados. Campañas de medios para radio, prensa y televisión.

- **1.8.3 Laboratorio de Comunicación Estratégica**

Es un espacio de articulación de los conocimientos adquiridos durante el desarrollo curricular.

Como espacio de producción y de procesos colectivamente construidos, sitúa y ofrece a los/las cursantes perspectivas comparadas para los recorridos a seguir tanto en el plano del desarrollo científico como en el de la formación y actuación profesional en Comunicación Estratégica.

Recupera los procesos de aprendizaje desarrollados durante la cursada analizando los diferentes aportes en torno a problemáticas situadas que son abordadas en contextos de intervención.

- **2.9.1 Metodología de la comunicación estratégica**

Comunicativo vs. comunicacional: implicancias para operar en la dimensión comunicativa. Cerramientos, recortes, despliegues. Lo fluido: modalidades de trato con la coevolución. El estatuto transdisciplinar de la Comunicación: sus implicancias metodológicas. Técnicas para abordar las dimensiones de la comunicación informativa, interaccional, sociocultural, relacional, ambiental. Situaciones. Fenómenos. Premisa. Experiencia. Actores, matrices, lógicas, mediaciones y marcas de racionalidad comunicacional como categorías de reconocimiento y producción de estrategias de comunicación. Modalidades vinculares, entornos, producción del sentido y su canalización hacia el diseño.

- **2.10.1 Nuevos paradigmas y comunicación**

Articulaciones nodales de la ciencia contemporánea: tecnología, comunicación, ambiente, cuerpo. Lo fluido: encuentro de heterogeneidades socioculturales en situación. La situación como zona de producción de preguntas y acción. El sujeto comunicador. Cuerpo, emociones y estrategias de comunicación. Tiempo y

temporalidad. Recursividades. Potencia y poder. Intencionalidades. Comunicativo vs. comunicacional: implicancia del abordaje del mundo vivo y entramado y un universo escindido. Debates en torno a las cartografías dinámicas: marcas de racionalidad comunicacional.

▪ **2.11.2 Comunicación y autodispositivos colectivos**

Modelos mecánicos. Comunicación y autoorganización. Lo fluido: acción y conocimiento. Con la idea de paradigma como horizonte conversacional. Desplazamientos, inconformidades, rescates. Situacionalidad vs. Abstracción. Comunicativo vs. comunicacional: del sujeto racional a los sujetos relacionales como autodispositivos colectivos.

. 2.12.2. Taller de Proyecto I

El Proyecto: su lógica y estructura. Características generales del trabajo de Proyecto de maestría. Pautas de elaboración y presentación del plan. La formulación del tema, del problema y de los objetivos de investigación. Interés, pertinencia, alcance, justificación, factibilidad. Hipótesis y preguntas de investigación. La elaboración del marco teórico y el estado de la cuestión. La revisión de la bibliografía. La ubicación del problema en el contexto de teorías y perspectivas epistemológicas. La estrategia metodológica. Especificidad del abordaje de lo comunicacional. Matrices socioculturales. Mediaciones. Marcas de racionalidad comunicacional. Matriz de datos de la investigación: técnicas e instrumentos de recolección. Triangulación de datos. Consideraciones e implicancias del enfoque de comunicación estratégica como investigación acción que incorpora diferentes niveles de análisis de la complejidad del fenómeno comunicacional. Cronograma de actividades.

. 2.13.3. Taller de Proyecto II

Desarrollo de contenidos y elementos fundamentales del Proyecto de maestría. Promoción de las habilidades requeridas para la elaboración del Proyecto. Seguimiento de los avances de los/las maestrandos/as. Confrontaciones de los proyectos en torno a distintos registros de interpelación científica y profesional. Producción colectiva a partir de la apreciación de pares evaluadores maestrandos/as de la misma cohorte para el ajuste y reformulación de los proyectos individuales de diseño de estrategias de comunicación como autodispositivos colectivos.

6.- Otro requisito del Plan:

2. 14. Proyecto

El *Proyecto* se vincula especialmente con Maestrías que enfatizan la posible vinculación de la investigación con la acción. Consiste en una propuesta que describe, analiza y evalúa una situación problemática, un espacio institucional, una acción específica sobre un contexto delimitado –entre otras posibilidades–. El Proyecto incluirá un diseño descriptivo-analítico de las acciones a realizar en función de los objetivos propuestos, indicando el diagnóstico previo, las condiciones de factibilidad y una evaluación prospectiva de sus resultados, además del comentario crítico de otros proyectos que se hayan desarrollado sobre la misma temática, si los hubiera.

La carrera de Posgrado de Maestría en Comunicación Estratégica concluye con la elaboración de un Proyecto cuyo objetivo es la incorporación de los conocimientos específicos en un trabajo de investigación-acción sobre una problemática comunicacional situada. Durante el segundo trimestre del segundo año de la Maestría, el/la alumno/a deberá proponer a la respectiva Comisión Académica un Proyecto de diseño de estrategia comunicacional que incluya específicamente los siguientes requisitos: lo fluido, la complejidad, lo ambiental como ejes de debate en torno al tema que aborda la estrategia. Análisis de marcas de racionalidad comunicacional. Análisis de mediaciones. Caracterización de matrices socioculturales. Despliegue de la Versión Técnica de la problemática incluyendo Árbol de problemas y Árbol de soluciones. Ejes y tonos de la estrategia de comunicación. La Comisión deberá expedirse dentro de los quince (15) días de recibida la propuesta de Proyecto. El alumno deberá contar con un Tutor que podrá ser profesor de esta carrera de Posgrado o un académico nacional o extranjero de reconocida trayectoria que proponga el/la alumno/a y sea aceptado por la Comisión. El Proyecto será evaluado por un tribunal designado por el Consejo Directivo a propuesta de la Coordinación Académica y la Dirección de la Carrera. Luego de haber aprobado dicha instancia, el/la alumno/a deberá efectuar la defensa oral de su Proyecto.

7.- Asignación horaria y correlatividades

CODIGO	ASIGNATURA	HS	CORRELATIVIDADES
PRIMER AÑO			
Primer trimestre			
1.1.1	Problemática ambiental en el contexto de la globalización	30	
1.2.1	Tecnología y sociedad	20	
1.3.1	Teorías de la Comunicación	20	
Segundo trimestre			
1.4.2	Comunicación Estratégica I	30	
1.5.2	Comunicación Estratégica II	30	1.4.2
Tercer trimestre			
1.6.3	Taller Multimedia	20	
1.7.3	Taller Medios Masivos	20	
1.8.3	Laboratorio de Comunicación Estratégica	72	
TOTAL DE HORAS PRIMER AÑO		242	
SEGUNDO AÑO			
Primer trimestre			
2.9.1	Metodología de la comunicación estratégica	50	
2.10.1	Nuevos paradigmas y comunicación	40	
Segundo trimestre			
2.11.2	Comunicación y autidispositivos colectivos	40	
2.12.2	Taller de Proyecto I	70	2.9.1.
Tercer trimestre			
2.13.3	Taller de Proyecto II	100	2.12.2
2.14.3	Proyecto		1.1.1 a 2.13.3
TOTAL DE HORAS SEGUNDO AÑO		300	
TOTAL DE HORAS		542	
Núcleos teóricos e instrumentales			542
Núcleo metodológico no directamente vinculado al tema del proyecto, destinado a las actividades de tutoría de los alumnos durante el proceso de formación			160
TOTAL DE HORAS DE LA CARRERA			702

Anexo II REGLAMENTO

CARRERA DE POSGRADO MAESTRÍA EN COMUNICACION ESTRATEGICA

ARTÍCULO 1º. La carrera de Posgrado “**Maestría en Comunicación Estratégica**” está organizada de acuerdo a las pautas establecidas en la Ordenanza 666/10.

ARTÍCULO 2º. La Dirección Académica de la carrera de posgrado “Maestría en Comunicación Estratégica” estará a cargo de un/a Director/a, un/a Coordinador/a Académico/a y un/a Secretario/a Técnico/a, quienes serán designados por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, a propuesta de la Secretaría de Investigación y Posgrado y el Decanato.

ARTÍCULO 3º. Serán funciones del/ la Director/a:

- a) convocar las reuniones de la Comisión Académica de Maestría y participar en ellas.
- b) elevar al Consejo Directivo de la Facultad todo trámite que requiera resolución de aquel.
- c) planificar cada año lectivo las actividades propias de la Carrera.
- d) solicitar el aval de las Comisiones de Ética, Bioética y/o Bioseguridad en relación con las investigaciones desarrolladas por los/las maestrandos/as, cuando la naturaleza de éstas lo requiera.
- e) controlar el cumplimiento de los trámites administrativo-académicos inherentes a la Carrera.
- f) informar periódicamente sobre la marcha de la Carrera a la Secretaría de Investigación y Posgrado de la Facultad.
- g) recomendar a la Secretaría de Investigación y Posgrado todas las actuaciones necesarias para la buena marcha de la Maestría.
- h) organizar la documentación necesaria para los procesos de acreditación / reacreditación y categorización de la Carrera cuando se realicen las convocatorias a tal efecto.
- i) realizar periódicamente una evaluación interna del funcionamiento de la Carrera, que permita realizar ajustes y modificaciones tanto en el Plan de Estudios como en el Reglamento de la Carrera con el fin de controlar y actualizar el desarrollo de las actividades.
- j)

ARTÍCULO 4º. Serán funciones del/la Coordinador/a Académico/a de la carrera:

- a) colaborar con la dirección en la planificación de las actividades propias de la carrera para cada año lectivo.
- b) proponer y acompañar procesos de articulación de actividades entre cátedras en cada ciclo lectivo.
- c) llevar adelante las actuaciones con las instituciones universitarias y extrauniversitarias con las que se realicen convenios para el desarrollo de actividades, incluidas las prácticas pre-profesionales.

ARTÍCULO 5º. Serán funciones del/la Secretario/a Técnico/a de la carrera:

- a) colaborar con el/la Director/a y el/la Coordinador/a Académico/a en lo relativo a organizar, registrar y archivar toda la documentación concerniente al desarrollo administrativo de las actividades de la carrera.
- b) realizar los llamados a inscripción.
- c) organizar los espacios físicos para el cursado de las materias.
- d) confeccionar contratos.
- e) actuar como nexo con los/las alumnos/as en los temas administrativos.
- f) todas aquellas que por su especificidad determinen el/la Director/a y/o el Coordinador/a Académico/a.

ARTICULO 6º. La Comisión Académica de la Carrera “Maestría en Comunicación Estratégica” será designada por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, a propuesta del Decano; la Secretaría de Investigación y Posgrado y la Dirección de la Maestría. Estará constituida por docentes y/o especialistas de reconocida trayectoria, en número no inferior a cinco (5) titulares y dos (2) suplentes. La misma será presidida por el/la Director/a de la Carrera, con voz y sin voto; en ausencia del mismo la Comisión puede funcionar con el/la Coordinador/a Académico/a de la carrera.

ARTICULO 7º. Serán funciones de la Comisión Académica de la Maestría:

- a) colaborar con el/la Director/a de la Carrera cuando éste/a lo requiera, especialmente en relación con el inciso h) del Artículo N° 35 de la Ordenanza 666/10.
- b) actuar como órgano de admisión a la Maestría. Los dictámenes que emita luego de examinar la documentación presentada por el/la aspirante y de realizar una entrevista personal cuando lo considere necesario, deberán estar fundamentados y serán inapelables. El dictamen será comunicado fehacientemente a el/la aspirante.
- c) aprobar a los/las Directores/as y co-Directores/as de Proyecto propuestos.
- d) estudiar y aprobar el Plan de Proyecto de los aspirantes. Para dar cumplimiento a sus funciones, la Comisión Académica de Maestría podrá solicitar, en razón de la especificidad de los temas de los Proyectos, dictámenes a expertos internos o externos a la Facultad, si bien los dictámenes finales serán de absoluta responsabilidad de la Comisión Académica.

- e) proponer al Consejo Directivo el otorgamiento de equivalencias cuando lo consideren pertinente, previa recomendación del/la Director/a / co-Director/a del Proyecto.
- f) proponer al Consejo Directivo la constitución de los jurados de Proyecto una vez presentada su versión definitiva, debidamente avalada por el/la Director/a y co-Director/a si lo hubiere.
- g) estudiar y recomendar o rechazar los pedidos de prórroga en la presentación de Proyecto o suspensión de cursado, estipulando los plazos correspondientes, de acuerdo con las precisiones indicadas en el Artículo N° 45 de la Ordenanza 666/10.

ARTICULO 8º. Los/las docentes a cargo de asignaturas deberán poseer título de posgrado equivalente al que se otorga y antecedentes en investigación y docencia. Dicha formación podrá ser equiparada por una excelente trayectoria académico-profesional.

ARTÍCULO 9º. Quienes deseen cursar la carrera deberán inscribirse dentro de los plazos que a tal efecto se establezcan, en los lugares y horarios que las autoridades de la Facultad dispongan.

ARTICULO 10º. La selección de postulantes será resuelta por la Comisión Académica mediante resolución fundada. Las decisiones se tomarán en base a elementos objetivos de valoración que la misma Comisión se dará con acuerdo de la Dirección de la Carrera. La decisión de admisión deberá ser fehacientemente notificada al aspirante.

ARTICULO 11º. Cuando la Comisión Académica lo considere pertinente, por la heterogeneidad de las disciplinas de los aspirantes, puede implementar cursos de nivelación a fin de facilitar un mejor desarrollo de la Carrera. Los cursos de nivelación serán obligatorios para aquellos alumnos que indique la Comisión y no tendrán menos de 20hs ni más de 30hs de duración.

ARTICULO 12º. Los cursos de nivelación se organizarán de acuerdo a los siguientes aspectos:

- a) **Objetivo general:** compensar los déficit de conocimientos específicos de los/las aspirantes cuya disciplina de procedencia no contempla o son insuficientes a los referidos a la Comunicación Social y afines.
- b) **Objetivo específico:** adquirir y/o afianzar conocimientos de las problemáticas básicas de la comunicación social, de sus principales corrientes teóricas y de las transformaciones acontecidas en el sector en América Latina en los últimos 30 años.
- c) **Destinatarios:** aquellos/as aspirantes que por su perfil académico y/o profesional no puedan acreditar saberes teóricos y/o prácticos sobre

Comunicación Social. La Comisión Académica determinará esta situación al momento de la admisión a la Carrera. El/la aspirante será notificado fehacientemente de su situación con veinte (20) días de anticipación al inicio del Curso de Nivelación.

- d) **Dinámica:** Una presentación general sobre la Carrera. Un módulo teórico-práctico, de acuerdo a los siguientes contenidos:

Módulo 1: "Teoría de la Comunicación para no comunicadores"

Contenidos mínimos: Los paradigmas clásicos de la comunicación. Reflexiones sobre sus alcances y limitaciones para el comunicador estratégico. El funcionalismo clásico. La teoría crítica. Los estudios culturales. Ingreso a los nuevos paradigmas."

- e) **Evaluación:** Las evaluaciones serán escritas y elaboradas por el equipo docente en las instancias previas de preparación del curso, a fin de garantizar continuidad (semejanza) entre la forma que asumirán las actividades del examen y las actividades de aprendizaje; además, asegurará que el nivel de exigencia sea acorde al desarrollo alcanzado en los diferentes temas. Se realizará una evaluación integradora del módulo. Serán admitidos/as como alumnos/as de la Carrera aquellos/as aspirantes que aprueben el curso de nivelación.
- f) **Docentes responsables:** Los/las docentes responsables del curso de nivelación serán nombrados/as por el Consejo Directivo de la Facultad a propuesta de la Dirección de la carrera con la aprobación de la Comisión Académica. Los/las mismos/as pueden no pertenecer a la planta docente de la Carrera.

ARTÍCULO 13º. Para rendir examen de las asignaturas, será necesario haber alcanzado la condición de alumno/a regular, que se logrará con la asistencia a no menos del SETENTA Y CINCO por ciento (75%) de las actividades programadas y el cumplimiento de las obligaciones que a tal efecto establezca cada cátedra.

ARTICULO 14º. La escala de calificaciones, la confección de actas de exámenes y la expedición de diplomas se regirán por las reglamentaciones de la Universidad Nacional de Rosario vigentes.

ARTICULO 15º. Perfil del/la Director/a de Proyecto:

a) Podrán ser Directores/as / co-Directores/as de Proyectos quienes posean título de Magíster/tra o Doctor/a emitidos por universidades argentinas o extranjeras y que acrediten antecedentes académicos y de investigación vinculados con el área de conocimiento del Proyecto del/la maestrando/a.

b) cuando el/la Director/a de Proyecto no resida en la República Argentina, el/la co-Director/a será la persona a la que se recurrirá en primera instancia para trámites

internos referidos al recorrido académico del/a maestrando/a. En estos casos, el/la co-Director/a deberá informar debidamente al/la Director/a de Proyecto y dejará constancia de ello ante la Dirección de la Carrera.

ARTÍCULO 16º. El/la maestrando/a contará con un plazo máximo de un (1) año para concluir su proyecto, contados a partir de la aprobación total de las materias previstas en el Plan de Estudios.

ARTÍCULO 17º. Una vez aprobadas todas las exigencias académicas de la carrera de posgrado “Maestría en Comunicación Estratégica”, el/la maestrando/a, a través de una comunicación elevada por el/la Director/a o el/la co-Director/a, podrá solicitar la evaluación de su trabajo escrito de Proyecto ante la Comisión Académica. Dicha presentación deberá contar con la conformidad del/a Director/a de Proyecto y elevará seis (6) ejemplares del mismo tenor, en papel normalizado IRAM A4 y una copia en soporte digital, para su envío a los miembros del Jurado. En caso de ser aprobado el Proyecto, uno de los ejemplares y la copia digital quedarán archivados en la Biblioteca de la Facultad.

ARTÍCULO 18º. Cuando no se señalen vicios formales, la Comisión Académica elevará al Consejo Directivo una propuesta para integrar el Jurado de Proyecto. Dicho Jurado estará conformado por tres (3) miembros titulares y dos (2) suplentes, los que deberán ser especialistas de reconocida trayectoria y prestigio, que pertenezcan o hayan pertenecido a una Universidad Nacional y posean antecedentes y trayectoria académica en el tema del proyecto. Al menos uno de los miembros del Jurado de Proyecto deberá ser externo a la Universidad Nacional de Rosario.

ARTÍCULO 19º. Los miembros del Jurado de Proyecto podrán ser recusados por los/las maestrandos/as ante el Consejo Directivo dentro del término de siete días contados a partir de la notificación de la designación del mismo. La recusación se formulará por escrito y por las causales establecidas en el Código de Procedimiento Civil y Comercial de la Nación para la recusación de los jueces.

ARTÍCULO 20º. Dentro de un plazo no mayor de treinta (30) días de designado el Jurado de Proyecto se enviará a cada miembro una copia del trabajo escrito del Proyecto para su evaluación.

ARTÍCULO 21º. Serán funciones del Jurado de Proyecto, examinar previamente el trabajo de Proyecto del/a maestrando/a, el que podrá ser aceptado o rechazado en un plazo no mayor de sesenta días por voto individual y fundado de cada uno de los miembros del Jurado. En caso de que alguno de los Jurados no cumpliera con dicho plazo, se requerirá la devolución del ejemplar del Proyecto a quien no hubiera emitido su dictamen, procediendo a remitirlo al primer jurado suplente designado.

ARTÍCULO 22º. Los miembros del Jurado de Proyecto deberán emitir su dictamen por escrito y deberán indicar expresamente si se acepta o no el trabajo de Proyecto para su defensa oral. En caso de ser aceptado, y antes de su defensa pública, el Jurado podrá requerir al/a maestrando/a las ampliaciones necesarias al trabajo presentado, para lo cual el Jurado fijará un plazo que no podrá ser mayor a tres (3) meses, previa comunicación a la Comisión Académica.

ARTÍCULO 23º. Si la mayoría de los miembros del Jurado no aceptara el trabajo escrito de Proyecto, el/la maestrando/a podrá optar por rehacerla, para lo cual el Jurado fijará un plazo que no podrá ser superior a seis (6) meses, previa información a la Comisión Académica. El trabajo reelaborado será examinado nuevamente por los miembros del Jurado, quienes emitirán nuevo dictamen. El/la maestrando/a que no hubiese optado por rehacer su Proyecto o habiéndolo corregido, se lo rechace nuevamente, será calificado según las notas de Insuficiente previstas en la escala de calificaciones de la Universidad Nacional de Rosario.

ARTÍCULO 24º. Cuando el trabajo escrito de Proyecto resulte aceptado por la mayoría de los miembros del Jurado, se fijará día y hora de la defensa pública y oral, en un plazo no mayor a veinte días. Finalizada la defensa oral de Proyecto, el Jurado labrará un Acta en el que fundamentará su dictamen. Todas las decisiones del Jurado serán inapelables.

ARTÍCULO 25º. Cuando la defensa oral resultare aprobada por la mayoría de los miembros del Jurado se procederá a tramitar la expedición del diploma correspondiente.

ARTÍCULO 26º. Quienes cumplieren todos los requisitos establecidos en el Anexo I, obtendrán el título de **Magister en Comunicación Estratégica**. El diploma correspondiente se confeccionará conforme a los modelos y ordenanzas vigentes en esta Universidad.

ARTICULO 27º. El título de Magister en Comunicación Estratégica tiene carácter exclusivamente académico, no fijando incumbencias profesionales de ningún tipo.

ARTICULO 28º. Las situaciones no contempladas en este Reglamento serán resueltas por el Consejo Directivo, con vista al Director de la Carrera, a la Secretaría de Investigación y Posgrado y al Decano de la Facultad.

ARTÍCULO 29º. La carrera se autofinanciará.