



UNIVERSIDAD
SIGLO 21

MODALIDAD DISTRIBUIDA

La modalidad distribuida está pensada para estudiantes que aspiran a alcanzar un título universitario, que se encuentren trabajando y que, por ello, no disponen de tiempo para asistir todos los días a clases. Por esto, el cursado se realiza un día a la semana en horario tarde - noche en un Centro de Aprendizaje Universitario, una red que se encuentra distribuida geográficamente en toda la argentina.

Este modelo educativo fusiona las mejores prácticas de la educación a distancia y de la educación presencial, generando un esquema innovador que utiliza los métodos tecnológicos más vanguardistas del mundo.



3. CIERRE

Se desarrolla a continuación de la teleclase y consiste en un aprendizaje mediante casos, simulaciones, proyectos y evaluaciones.

1. INTRODUCCIÓN AULA VIRTUAL

Práctica propia del modelo a distancia y consiste en un espacio donde el estudiante podrá disponer de todo el material de manera digital, consultar a tutores expertos, participar de foros, chats y otro tipo de actividades diseñadas pedagógicamente para el adecuado uso del tiempo.

2. TELECLASE

El alumno recibe una exposición brindada por profesores de primer nivel del ámbito nacional e internacional mediante un sistema de teleclases.



A.M.E.N.
ASOCIACIÓN MUTUALISTA
EVANGÉLICA NEUQUINA



LICENCIATURA RELACIONES PÚBLICAS E INSTITUCIONALES

Duración: 4 años

Título intermedio (3 años): Analista Universitario en Relaciones Públicas e Institucionales.

PLAN DE ESTUDIO

Resolución N° 822/02

UNIVERSIDAD SIGLO 21

PRIMER AÑO

Primer Semestre

Administración
Idioma Extranjero I
Psicología Social
Relaciones Públicas e Institucionales
Sociología General
Teoría de la Comunicación

SEGUNDO AÑO

Tercer Semestre

Gramática Aplicada
Herramientas Matemáticas III
Idioma Extranjero III
Marketing I
Métodos y Téc. de Investigación Social
Publicidad

TERCER AÑO

Quinto Semestre

Asuntos de Gobierno
Grupo y Liderazgo
Idioma Extranjero V
Marco Legal De Las Organizaciones
RRPP e Institucionales Aplicadas
Ética y Deontología Profesional

CUARTO AÑO

Séptimo Semestre

Emprendimientos Universitarios
Gestión Ambiental
Organismos Intl. y Transnacionales
Práctica Profesional de RRPP
e Institucionales
Sociología de los Medios
de Comunicación Social

Segundo Semestre

Análisis de los Medios de Comunicación
Desarrollo Emprendedor
Eventos, Ceremonial y Protocolo
Idioma Extranjero II
Oratoria
Recursos Informáticos

Cuarto Semestre

Comunicación Organizacional
Cultura Organizacional
Idioma Extranjero IV
Principios de Economía
Semiótica
Teoría y Práctica de las RRPP e Institucionales

Sexto Semestre

Administración de Recursos Humanos
Dirección General
Historia Universal
Idioma Extranjero VI
Seminario de Práctica de RRPP e Institucionales

Octavo Semestre

Gestión de Prensa
Instituciones Políticas y Gubernamentales
Opinión Pública y Comportamiento Político
Electoral
Práctica Solidaria | Sociología del Poder
Seminario Final de RRPP e Institucionales

PERFIL PROFESIONAL:

El Licenciado en Relaciones Públicas e Institucionales es un profesional capaz de analizar las tendencias sociales, políticas y culturales de la región, el país y el mundo, y de predecir sus consecuencias. El egresado de la carrera de relaciones públicas está capacitado para contribuir en el diagnóstico, la planificación y la ejecución de estrategias de gestión de una organización, con el fin de optimizar sus relaciones institucionales y comunicacionales en beneficio de la Imagen, Reputación y Posicionamiento de la Organización en la Opinión Pública de interés.

Estarás capacitado para:

- Planificar, ejecutar y evaluar acciones tendientes a optimizar las relaciones institucionales y comunicacionales, tanto internas como externas de la entidad a la que pertenezcas o asesores.
- Gestionar, seleccionar y formular los mensajes y medios de comunicación a utilizar, de acuerdo a las demandas institucionales y comunicacionales del mercado local, regional, nacional o internacional.
- Identificar y establecer variables de evaluación y monitoreo en la Opinión Pública de interés, con motivo de conocer la reputación e imagen de la organización.

