



Mar del Plata, 16 de octubre de 2024

VISTO el Expediente EX - 2024 - 8586 - DME-FCEYS # UNMDP por el cual el Área de Coordinación de Carreras de Pregrado presenta para su aprobación el Plan de Trabajo Docente (PTD) correspondiente al Ciclo Lectivo 2024 de la asignatura "Opinión Pública" (Cód. 1108), del Segundo Cuatrimestre de la carrera Tecnicatura Universitaria en Periodismo Digital, y

CONSIDERANDO:

Que se adjunta la Ordenanza de Consejo Académico que aprueba el Plan de Trabajo Docente para el Ciclo Lectivo 2023 (OCA N°1004/23), el Cronograma previsto y el Anexo I del Rendimiento Académico e informe de la cátedra, correspondiente a dicho período.

Que la Comisión de Asuntos Académicos y Enseñanza recomienda acceder a lo solicitado, sin objeciones.

Lo resuelto por unanimidad por el Consejo Académico en Sesión Plenaria N° 9, de fecha 25 de septiembre de 2024.

Las facultades concedidas por el Artículo 91° del Estatuto vigente,

**EL CONSEJO ACADÉMICO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
O R D E N A:**

ARTÍCULO 1°: Aprobar el Plan de Trabajo Docente (P.T.D.) de la asignatura "*Opinión Pública*" (Cód. 1108) correspondiente al Segundo Cuatrimestre del Ciclo Lectivo 2024 de la carrera Tecnicatura Universitaria en Periodismo Digital, que en adjunto se acompaña.

ARTÍCULO 2°: Regístrese. Publíquese en el Boletín Oficial de la Universidad. Comuníquese a quienes corresponda. Cumplido, archívese.

ORDENANZA DE CONSEJO ACADÉMICO OCA - 2024 – 823 - FCEYS # UNMDP



**INSTRUMENTO C INFORME
DEL EQUIPO DOCENTE**

A N E X O I

RESOLUCIÓN DE DECANATO N°920/18

| | |
|------------|------|
| AÑO | 2023 |
| : | |

1- Datos de la asignatura

1.1 **Nombre:** Opinión Pública

1.2 **Código:**1108

2- Rendimiento Académico:

2.1 Desgranamiento:

| Matrícula inicial | Cantidad de alumnos desertores del curso | Cantidad de alumnos que desaprobaron el curso |
|-------------------|--|---|
| 37 | 8 | 0 |

2.2 Aprobación (completar según corresponda a su modalidad)

| Cantidad de alumnos que aprobaron por promoción | Cantidad de alumnos que aprobaron la cursada |
|---|--|
| 37 | 37 |

2.3 Otras modalidades

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
| | | | |

3 Condicionantes en la ejecución del plan

| Considera que los objetivos de la asignatura se cumplieron: | Totalmente | Parcialmente | Escasamente |
|---|------------|--------------|-------------|
| | SI | | |

En caso de no haberse cumplido en su totalidad, enuncie las principales causas:



4. Innovaciones

Durante el ciclo lectivo 2023, a partir de los trabajos grupales de los y las estudiantes para la confección y puesta en marcha de una encuesta de opinión pública, se apostó por que los resultados sean difundidos, no solo dentro de la comunidad universitaria, sino también en la población marplatense en general. De esta manera, se logró masividad a través de medios locales, como canales de televisión, de radio y portales digitales. El año pasado, estuvo cruzado por importantes hechos para el país, como las elecciones, en donde los proyectos de los y las alumnas fueron cruciales para entender el pensamiento de los y las vecinas sobre la política local, los candidatos y quien fue finalmente reelecto como Intendente del partido de General Pueyrredon.

5 Anexo de documentación solicitada

En el primer examen desde un punto de vista teórico se deberá comprender qué es la Opinión Pública (OP), cuáles son las definiciones de los principales autores, el rol de las elite y de los medios de comunicación. También se buscará que los y las estudiantes tengan información más actualizada sobre las diferencias en estudios de investigación de mercado (IM) y de estudios de OP, entre Big Data y OP.

Por último se tomará dentro de la evaluación un conocimiento de la dinámica de las redes sociales y su influencia en la construcción de la OP.

Respecto al segundo parcial y trabajo grupal, se buscará principalmente que los y las estudiantes diferencien entre estudio de fuentes secundarias y entre estudios de OP. Al mismo tiempo se valorará la comprensión de lectura de datos y cuadros de estudios de OP con finalidad periodística, pudiendo diferenciar además las diferentes metodologías utilizadas.

6 Observaciones



ANEXO II
RESOLUCIÓN DE DECANATO N°

AÑO: 2024

1- Datos de la asignatura

| | |
|--------|-----------------|
| Nombre | Opinión Pública |
|--------|-----------------|

| | |
|--------|------|
| Código | 1108 |
|--------|------|

Tipo (Marque con una X)

| | |
|-------------|---|
| Obligatoria | X |
| Optativa | |

Nivel (Marque con una X)

| | |
|------------|---|
| Grado | X |
| Post-grado | |

Área curricular a la que pertenece Área de Administración

| | |
|--------------|--|
| Departamento | |
|--------------|--|

| | |
|-----------|---|
| Carrera/s | Tecnicatura Universitaria en Periodismo Digital |
|-----------|---|

| | |
|--|-------------|
| Ciclo o año de ubicación en la carrera/s | Segundo año |
|--|-------------|

Carga horaria asignada en el Plan de Estudios:

| | |
|---------|----|
| Total | 64 |
| Semanal | 4 |

Distribución de la carga horaria (semanal) presencial de los alumnos:

| Teóricas | Prácticas | Teórico - prácticas |
|----------|-----------|---------------------|
| | | 4 |

Relación docente - alumnos:



| Cantidad estimada de alumnos inscriptos | Cantidad de docentes | | Cantidad de comisiones | | |
|---|----------------------|------------|------------------------|-----------|-------------------|
| | Profesores | Auxiliares | Teóricas | Prácticas | Teórico-Prácticas |
| 45 | 1 | 1 | | | 1 |

2- **Composición del equipo docente** (Ver instructivo):

| N° | Nombre y Apellido | Título/s |
|----|---------------------------|--|
| 1. | Gabriel Fernando Sapienza | Magister en Metodología de Investigación |
| 2. | María Laura Lago | Locutora Nacional y Periodista Digital |

| N° | Cargo | | | | | | | | Dedicación | | | Carácter | | | Cantidad de horas semanales dedicadas a: (*) | | | | |
|----|-------|----|-----|-----|----|----|----|-----|------------|---|---|----------|------|-------|--|---------|-----------|------|-------|
| | T | As | Adj | JTP | A1 | A2 | Ad | Bec | E | P | S | Reg. | Int. | Otros | Docencia | | Investig. | Ext. | Gest. |
| | | | | | | | | | | | | | | | Frente a alumnos | Totales | | | |
| 1. | | | X | | | | | | | X | | | | X | 4 | 10 | 0 | 0 | 0 |
| 2. | | | | | X | | | | | X | | | | X | 4 | 10 | | | |
| 3. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4. | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

(*) la suma de las horas Totales + Investig. + Ext. + Gest. no puede superar la asignación horaria del cargo docente.



3- Plan de trabajo del equipo docente

1. Objetivos de la asignatura.

- Reconocer las diferentes dimensiones que subyacen en la formación y apropiación de la opinión desde lo individual a lo colectivo.
- Conocer y analizar las herramientas de marketing en el ámbito político.

2. Enunciación de la totalidad de los contenidos a desarrollar en la asignatura.

La formación de la opinión. Lo individual y lo colectivo. Opinión pública y poder.
Comunicación política y espacio público. Opinión política y Marketing
Político.

Investigación cuantitativa y cualitativa. Oportunidad, usos, alcances y limitaciones

OBJETIVOS A LOGRAR POR EL ALUMNO EN EL TRANCURSO DE LA CURSADA

- Conocer distintos métodos de análisis de la opinión pública
- Interpretar datos provenientes de encuestas y otros estudios de opinión
- Analizar la estructura de cuestionarios y tipos de preguntas.
- Incrementar su capacidad de razonar, aprender y aplicar el conocimiento en análisis de casos.
- Acrecentar su habilidad para la búsqueda, selección y manejo de bibliografía específica.
- Expresar y comunicar claramente sus resultados y conclusiones en forma verbal y escrita con el lenguaje técnico adecuado.
- Incrementar su capacidad para trabajar en grupo en forma coordinada y participativa.
- Adoptar una actitud crítica en la discusión de resultados y conclusiones.
- Desarrollar práctica en la escritura técnica
- Interpretar la importancia, desarrollo y perspectivas de la opinión pública en la Argentina.

El cumplimiento de estos objetivos permitirá lograr un perfil académico-profesional que implique una formación técnica básica en el área de la Opinión Pública en particular y en Periodismo Digital, que prepare al/la estudiante para desempeñarse en ámbitos académicos, y/o para un desempeño profesional independiente.

3. Bibliografía (básica y complementaria).



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA
.....



BÁSICA

- Ascona Lucia (2018) Opinión Pública y Mercado. Universidad de Valladolid. España
- Bourdieu, P. (1990). La opinión pública no existe. Sociología y cultura, 239-250. Descripción de Actividades de aprendizaje.
- Cabrera, D. (2010). En defensa de las encuestas. Revista POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político, 15(2), 191-216.
- Castromil Antón R. Pseudo entorno y estereotipos (Lippmann). Madrid. Política y Medios.net
- Fernández P. E. (2013) Las audiencias en la era digital: interacción y participación en un sistema convergente. La Plata. Argentina.

Questión

- Herrera M. (2017) La vigencia de Lippmann para el estudio de la opinión pública. La Rioja. Unir revista
- Lakoff G. (2004) No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político. Editorial Complutense.
- Neumann, E.N. (1995). La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública. Ferry, Jean-Marc et al. El Nuevo Espacio Público,

Gedisa

- SAPIENZA G. LAGO M.L ((2024) Material **propio de la cátedra**. Aspectos para analizar trabajos de investigación, conocer calidad y confiabilidad.
- Tapia N. E (2018) El uso del Big Data en los estudios de opinión pública. México. Instituto Belisario Domínguez
- Timerman R.; Malagoli J.C (2017) Quiero ser candidato. Buenos Aires. Argentina. Comunicaciones Sudamericanas.

COMPLEMENTARIA

- Antoine, J. (2003). El sondeo, herramienta de marketing. Deusto.
- Archenti, N. (1995). Las encuestas preelectorales: ¿una herramienta científica o política? Lo que vendrá, 3(6), 121-122.
- Delgado Gutiérrez, J. M., & Gutiérrez, J. (2007). Métodos y técnicas cualitativas en investigación social. España: Editorial Síntesis.
- Hernández Sampieri, R. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. Quinta edición, año 2010.
- Korn, F. (2002). Encuestas electorales: ¿pronósticos científicos o pasatiempos mundanos? Ciencia Hoy, 12(71), 61.
- Neumann, E. N. (2010). La espiral del silencio: opinión pública: nuestra piel social. Paidós Editorial, Barcelona.
- Sartori, G. (2014). Homo videns: La sociedad teledirigida. Gius. Laterza & Figli Spa.
- Sartori, G. (2010). Elementos de Teoría Política, alianza editorial.
- Sinopoli, D. (1997). Opinión Publica y Consumo Culturales. Buenos Aires Editorial Docencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA
.....



4. Descripción de Actividades de aprendizaje.

- * Elaboración de síntesis y fichas técnicas de diferentes investigaciones de opinión pública. Efectuar análisis críticos fundados en cuestiones metodológicas
- * Elección de un tema de investigación con desarrollo de propuesta metodológica adecuada al objeto de análisis. Formulación de hipótesis para explicar hechos, fenómenos y proponer la metodología de la investigación más pertinente para su comprobación.
- * Resolución de guías de estudio y verificar inconsistencias, limitaciones en los argumentos sostenidos por algún autor, y plantear puntos de vista alternativos, descifrar el significado de diversas formas de información presentadas en gráficos, tablas, cuadros, etc. para expresar tendencias, relaciones, etc.
- * Exposición oral de investigaciones desarrolladas, con espacio a debate entre pares.

5. Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones.

Unidad I: Conceptos y Teorías de la opinión pública.

¿Qué es la opinión pública? Lo individual y lo colectivo.

Evolución histórica y pensadores clásicos y modernos

Técnicas de propaganda y manipulación.

Procesos de formación de la misma

Medios de comunicación y opinión pública.

Esfera Pública y democracia.

Unidad II: Opinión pública, internet, redes sociales e IA (inteligencia artificial)

Nueva era: Internet el ágora digital

Opiniones globalizadas. Aspectos positivos y negativos

Infoxicación. Banalización, consumismo y otros factores de riesgo

Diferencias entre tipos de redes, portales y blog. Análisis y particularidades

Tipos de contenidos. Manipulación y Fake News



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA
.....



Segmentación

Impacto de la Inteligencia Artificial en la OP

y

tipologías

Unidad III: Opinión Pública y Mercado

Tensión entre academia y mercado

Opinión Pública y mercado.

Publicidad y construcción de necesidades

Imaginario. Reputaciones de marcas.

Tendencias. Influencers

¿Prosumidores o consumidores?

Unidad IV: Opinión Pública y Política

Pensamiento Hegemónico. Significantes opuestos

Voto por convicción o ideología.

Perdida de ideologías y anti política.

Política de espectáculo y farandulización.

Campañas políticas y construcción de agenda

Big data y opinión pública.

Unidad V: Metodologías de investigación cuantitativas

Método para medir la opinión pública

Tipos de estudios probabilísticos y no probabilísticos

Muestra y margen de error

Obtención de datos (on line, paneles, telefónico, coincidental, presencial)

Pros y contra de cada metodología

Diseños de instrumentos. Tipos de preguntas

Introducción al análisis de datos

Interpretación de informes y presentación de resultados

Unidad VI: Metodologías de investigación cualitativas



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA

.....

Ventajas y desventajas
Entrevistas a informantes claves y formadores de opinión
Entrevistas cualitativas
Focus groups
Observación Participante
Aplicación en marketing político, marketing y publicidad

Unidad VII: Estudios de casos reales

Estudios de casos reales (encuestas de opinión pública)
Calidad Democrática y confianza de las instituciones
Preocupaciones y Prioridades según zona y características sociodemográficas
Estudios diacrónicos, verificación de éxito y cambios de estrategia política
Análisis y comprensión de datos
Técnicas para presentar los resultados

Unidad VIII: Neurociencia y opinión pública

Filtros, creencias y percepción selectiva.
Tipo de pensamientos, rapport y neuronas espejo.
Tipos de cerebro, biología y comportamiento social.
Comunicación no verbal. Análisis de debates.
Neuromarketing y metodologías de investigación.





Cronograma de contenidos y actividades. 2024

| Opinión Pública. Cronograma de contenidos (Lun VIRTUAL y miér 19:30 a 21:30) | | | | | | | | | |
|--|---|--------|---------------------------------|------------|----|-------|---------------|-----------------------------------|------------|
| | | Fecha | Detalle | | | Fecha | Detalle | | |
| 1 | L | 19-ago | Presentación materia | | 17 | L | 14-oct | U VI: Met. cualitativas | TP1 y 2 |
| 2 | | 21-ago | Escucha y def. plan | | 18 | | 16-oct | Repaso teórico práctico | |
| 3 | L | 26-ago | Guia metodología | | 19 | L | 21-oct | Primer Parcial | presencial |
| 4 | | 28-ago | Guia metodología | | 20 | | 23-oct | TP en GRUPOS | |
| 5 | L | 2-sep | Unidad I: Teorias OP | TP1 y 2 | 21 | L | 28-oct | U VII: OP y NEUROCIENCIAS | NOTAS |
| 6 | | 4-sep | análisis de casos reales | TP3 | 22 | | 30-oct | TP en GRUPOS | |
| 7 | L | 9-sep | Unidad I: Teorias OP | TP1 y 2 | 23 | L | 4-nov | Recuperatorio | TP1 y 2 |
| 8 | | 11-sep | análisis de casos reales | TP3 | 24 | | 6-nov | TP en GRUPOS | |
| 9 | L | 16-sep | Unidad II: OP y redes | TP1 y 2 | 25 | L | 11-nov | TP en GRUPOS | TP1 y 2 |
| 10 | | 18-sep | análisis de casos reales | TP3 | 26 | | 13-nov | TP en GRUPOS | |
| 11 | L | 23-sep | Unidad III: OP y MERCADO | TP1 y 2 | 27 | L | 18-nov | TP en GRUPOS + metodología | TP1 y 2 |



| | | | | | | | | | |
|----|---|--------|-------------------------------|---------|----|---|---------------|---|---------|
| 12 | | 25-sep | análisis de casos reales | TP3 | 28 | | 20-nov | TP en GRUPOS + metodología | |
| 13 | L | 30-sep | UIV: OP y POLÍTICA | TP1 y 2 | 29 | L | 25-nov | Unidad VII: OP y NEUROCIENCIAS | TP1 y 2 |
| 14 | | 02-oct | análisis de casos reales | TP3 | 30 | | 27-nov | EXPOSICIONES | |
| 15 | L | 07-oct | UV: Met. cuantitativas | TP1 y 2 | 31 | L | 2-dic | Segundo Parcial | TP1 y 2 |
| 16 | | 09-oct | DEFINICIÓN DE TEMAS | | 32 | | 4-dic | EXPOSICIONES | NOTAS |
| | | | | | | L | 9-dic | fechas a disposición según avance de cronograma + APES pendientes | |
| | | | | | | | 11-dic | | |
| | | | FERIADO | | | L | 16-dic | Recuperatorio | NOTAS |

MATERIAL AUDIOVISUAL y DE APOYO - **Listado de películas sugeridas**

Unidad I TEORIA

1. Película: Jojo rabbit (2019) - pedir link de google drive
2. Película: Sono tornato (2018) Luca Miniero - pedir link de google drive
3. Película: Green Book (2018) - Netflix
4. Talentos ocultos (2016) Disney + , Facebook



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA



5. Manos milagrosas (2009) - Netflix
6. Serie 100 humanos - Capitulo 4 PREJUICIOS
7. Dos completos desconocidos (2020) Netflix

Unidad II REDES

8. Capítulo Serie Black Mirror - Caída en picado - Temporada 3 episodio 01 – Netflix
9. Capítulo Serie Black Mirror - 'Joan is Awful' - Temporada 6- episodio 01 – Netflix
10. Documental, el Dilema de las redes sociales - Netflix
11. Película: The Haiter (2020) - Netflix
12. Película: Her (2013) - Netflix

Unidad III MERCADO

13. Película: Amor por contrato o Familia Jones (2009) - YouTube
14. Capítulo Serie Black Mirror - 15 millones de méritos - Temporada 1 episodio 02 – Netflix

Unidad IV POLÍTICA

15. Película: "Minority Report" (Sentencia previa) (2002) - YouTube
16. Documental netflix - Nada es Privado (2019) Documental sobre Cambridge Analytica
17. Película: Experta en Crisis (2015) - pedir link de google drive
18. Capítulo Serie Black Mirror - The Waldo Moment - Temporada 2 episodio 03 – Netflix
19. Película: El senador Bulworth (1998) - pedir link de google drive



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA



20. Película: NO (2012) Chile - pedir link de google drive
21. La dictadura Perfecta (2014) Mexico - Youtube - Netflix
22. No Mires arriba (2021) - Netflix
23. Juampi Gonzalez el Presidente de la gente (2024) - Netflix

Unidad VII NEUROCIENCIA

24. El discurso del rey (2010) Inglaterra - Youtube
25. El experimento de Milgram - Experiment (2015)
26. The Truman Show (1998)
27. Matrix (1999 - 2003 - 2021)
28. Wag the Dog - La cortina de humo, La guerra es un espectáculo (1997)
29. Firma Aquí (2024) Star + drive
30. Ready player one (2019) drive
31. Una flor en el barro (2023) Disney +
32. La culpa es de findel (2006)
33. El insulto (2017) Youtube

6. Procesos de intervención pedagógica.

El proceso de intervención pedagógica será llevado a cabo mediante clases teórico prácticas. En las mismas se relacionará el contenido de la bibliografía con fenómenos sociales ocurridos en la historia moderna y en la actualidad. En cada eje temático se buscará reflexionar sobre estos



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA



contenidos y contrastarlos con dinámicas de opinión pública actuales. Para ello se utilizarán artículos periodísticos, estudios de opinión pública reales y se propiciará el análisis de películas y series que sean pertinentes a la unidad teórica en curso.

Por lo expuesto, se propiciará la utilización de estudios de casos reales y del análisis de la metodología de investigación, para lograr que los estudiantes asimilen nuevos conocimientos teóricos prácticos, como así también tengan un diagnóstico objetivo sobre los fenómenos intervinientes en la formación de la opinión pública.

En este contexto, el dictado de la parte práctica se dará especial atención a:

- Planteo de casos y situaciones problemas en los trabajos prácticos propiamente dichos y/o a través de actividades especiales realizándose la discusión de resultados de campo publicados en distintos medios de comunicación
- La incorporación del trabajo en grupos, tanto del análisis de la bibliografía como de las reflexiones y paralelismos con la realidad.
- Reconocimiento de diferentes metodologías y diseños experimentales acorde a los correspondientes objetivos e hipótesis en cuestión.
- El análisis crítico para identificar las mejores metodología para un objeto de estudio y o sus posibles puntos débiles.
- El análisis e interpretación de los resultados en estudio, de manera clara y objetiva
- La búsqueda de aspectos relevantes para la formación de la opinión pública, en la realidad y en películas y o series.
- La exposición y el debate de las actividades resueltas frente al docente y a sus pares

7. Evaluación

Para cumplir con este propósito los estudiantes serán evaluados de manera continua en los siguientes aspectos

- Participación activa
- Capacidad de trabajo individual y en grupo.
- Capacidad de comprensión, observación y razonamiento
- Empleo de conocimientos previos en la resolución de situaciones problemas
- Dominio de información relevante
- Análisis, interpretación e integración de ideas, resultados y conocimientos
- Capacidad de comunicación escrita y oral
- Adquisición de conocimientos propios de la asignatura

La evaluación de los aspectos antes mencionados permitirá reconocer las debilidades y errores que inciden negativamente en los aprendizajes. Así esta información podrá ser empleada durante el transcurso del cuatrimestre para mejorar las estrategias de enseñanza y el aprendizaje en aquellos estudiantes que lo requieran.



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA



Durante el dictado de la asignatura se prevé que cada estudiante realice en forma escrita y oral informes y/o ponencias que permitirán evaluar la capacidad de los mismos para expresarse en forma comprensible utilizando vocabulario adecuado.

Para ello, las evaluaciones serán organizadas de la siguiente manera:

- a) 1. Un examen parcial escrito, individual y presencial con su respectivo recuperatorio; 2. un trabajo práctico grupal y su presentación oral con apoyo visual de PPT o similar (esta será la nota del 2do parcial)
- b) 2do parcial, Trabajo en grupo, Diseño, implementación y análisis de un estudio de Opinión Pública y el estado del arte previo
- c) APES (3 APES) durante la cursada
 1. Síntesis/presentación individual de 1 autor de la bibliografía
 2. Análisis de películas/artículos/podcast y exposición de temáticas por grupos
 3. Trabajo de búsqueda y estudio de caso individual e informe escrito y exposición oral del caso seleccionado

Las APES son requisitos para la promoción y los estudiantes deberán aprobar como mínimo el 50% de las mismas.

Para el caso de los exámenes habilitantes no será obligatorio el cumplimiento de las APES.

Tanto el primer parcial como el segundo parcial grupal, se evaluará mediante una escala de 1 a 10.

Los estudiantes que alcancen un promedio de 6 (seis) o más puntos y que no tengan aplazo en ninguna instancia de evaluación, estarán en condiciones de promocionar la materia.

No podrán promocionar quienes tengan algún aplazo en el examen parcial individual o en la segunda nota dada por el trabajo práctico grupal, aunque estos sean recuperados y se alcance la aprobación de la cursada.

Quienes obtengan un promedio de entre 4 (cuatro) y 5 (cinco) puntos; o quienes tengan sólo un aplazo y superen la instancia recuperatoria de habilitante, pasarán al examen final.

8. Asignación y distribución de tareas de cada uno de los integrantes del equipo docente.

Las tareas del profesor serán las siguientes:

Llevar adelante los objetivos de este PTD.

Formular, hacer seguimiento y evaluar las metas y objetivos.

Preparar las clases en base a nuevos emergentes y o contexto

Exponer y enseñar los contenidos teóricos a partir de la bibliografía y material de estudio

Guiar y promover el análisis crítico de estudio de opinión pública publicados en el pasado y en el presente

Aclarar dudas, explicar, replantear métodos a partir del feedback de los estudiantes

Llevar adelante cronograma de temas y de instancias evaluatorias



UNIVERSIDAD NACIONAL
de MAR DEL PLATA

.....



Corregir APES y exámenes

Controlar asistencia y eventualmente avisar a secretaría académica y o quien corresponda

Evaluar a los estudiantes y pasarles un feedback de puntos a mejorar

Realizar escucha activa de inquietudes, sugerencia y propuestas de les estudiantes

Favorecer el trabajo en equipo y la generación de conocimiento transversal.

Incentivarlos a una correcta lectura de datos para que en el futuro puedan brindar información objetiva y confiable

Resolver situaciones de su futura actividad profesional y relacionar el mundo real con la teoría.

Completar formularios y trámites administrativos internos para un correcto funcionamiento del sistema

Participar de reuniones y equipos de apoyo de la UNMDP

9. Justificación – (optativo)

Hoja de firmas