



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO**  
**FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS**

**I – Datos generales**

Denominación: **PRÁCTICA PROFESIONAL I**

Código: **06215\_0**

Departamento: **FRANCÉS**

Año académico: **2020**

Carrera: **Técnico Universitario en Francés**

Plan de estudio: **Ord 064-19-CD-**

Formato: **Proyecto**

Carácter: **OBLIGATORIO**

Ubicación curricular: **Ciclo Orientado – Campo de la Formación Profesional (CO-CFP)**

Año en el que se cursa: **SEGUNDO (2º semestre)**

Régimen: **CUATRIMESTRAL**

Carga horaria virtual: **56 horas**

Carga horaria autónoma: **14 horas**

Carga horaria semanal: **4 horas**

Créditos: **2 (dos)**

Espacio Curricular correlativo: -----

Articulación vertical: Formulación de proyectos

Articulación Horizontal: Francés con Orientación en Hotelería y Gastronomía, Francés con Orientación en Artes y Patrimonio Cultural y Mediación Lingüístico-Cultural I

Equipo de cátedra: **Profesora asociada: Prof. Lic. Adriana L. Szymański**

**II – Descripción del Espacio Curricular**

**A – Fundamentación**

El presente programa está elaborado conforme a la normativa vigente del Plan de Estudios de la Tecnicatura Universitaria en Francés, según lo establece la Ordenanza N° 064-19 CD, en un todo de acuerdo con los objetivos planteados, el perfil profesional del egresado, y los contenidos mínimos expuestos en el espacio curricular.

El enfoque del espacio curricular es la pedagogía del proyecto, ya que dicha pedagogía permite integrar los aspectos de la lengua y las competencias organizacionales en prácticas situadas que acerquen al estudiante al empleo profesional académico.

Se propicia el trabajo grupal en formato taller, para iniciar un acercamiento a una necesidad insatisfecha (social u organizacional), asumida como un problema, y ofrecer una propuesta superadora.



La Práctica Profesional se trata de un trayecto formativo dividido en tres espacios curriculares. Implica el trabajo articulado entre los diferentes sectores de los distintos campos de la formación bajo la modalidad por Proyecto,

La Práctica Profesional I supondrá el contacto y análisis de los objetivos, organización y dinámicas de distintas instituciones y/o empresas en las que el asesor y auxiliar lingüístico-cultural pueda desarrollar proyectos de intervención que supongan un aporte positivo para su funcionamiento y para su inserción solidaria en la comunidad.

La Práctica Profesional II requerirá el contacto estrecho con una o dos de estas organizaciones para la formulación de un proyecto concreto de intervención.

En cuanto a la Práctica Profesional III, ella supondrá la realización de los proyectos acordados y la intervención profesional en una organización con convenio para la realización de las prácticas según sus particulares requerimientos.

Al término de cada uno de los tres espacios, los alumnos deberán producir un informe final que incluya un análisis crítico de lo investigado, lo organizado y lo concretado.

Cada práctica profesional, por semestre, constituye un trayecto formativo que trabaja con ejes organizadores que se corresponden con los temas, procesos o problemas centrales que atraviesan el hacer de los asesores y auxiliares lingüístico-culturales en ámbitos socio culturales, económicos y de gestión. Esto implica el trabajo por "proyecto". Dicha estrategia didáctica requiere:

- Una propuesta con actualización anual.
- Trabajo en red intra e interinstitucional: articulación de saberes de los diferentes campos del conocimiento, la interacción con las diferentes instituciones de incumbencia y la reflexión sobre la práctica en terreno (articulación entre campo de formación).
- Promoción del aprendizaje basado en problemas relevantes para la formación profesional. Aprendizaje situado.
- Investigación y análisis a partir de situaciones concretas.
- Promoción de capacidades tales como: análisis, interpretación, evaluación, producción, planificación, creatividad, innovación, etc.
- Abordar cada eje a partir del uso combinado de diferentes unidades curriculares tales como: ateneos bibliográficos y de discusión, talleres, trabajo de campo, entre otros.

## **B – Aportes al perfil del Egresado**

Se espera que el estudiante, al final del cursado de la materia, pueda utilizar herramientas de observación y diagnóstico de organizaciones coherente, sencilla y con rigor científico para avanzar en el espacio curricular "Práctica Profesional II" en la formulación de un proyecto superador pertinente y significativo desde sus saberes y competencias específicas.

La competencia metodológica adquirida e implementada en las Prácticas Profesionales I, II y III le permitirán gestionar proyectos específicos de índole lingüístico y cultural en ámbitos



gubernamentales, educativos y empresariales vinculados en especial con las relaciones internacionales, los servicios turísticos, la cultura y la vitivinicultura.

### **III – Expectativas de logro**

En el espacio curricular de Práctica Profesional I, se propondrá un trabajo integral y sistemático que permita al estudiante:

- Conocer distintos tipos de entidades públicas y privadas en las que el Técnico Universitario en Francés pueda tener inserción efectiva.
- Familiarizarse con los objetivos e interacciones interpersonales al interior de las entidades observadas.
- Analizar las áreas en las que el Técnico Universitario en Francés podría insertarse.
- Generar propuestas inherentes al campo de acción.
- Analizar las competencias inherentes a esa inserción.
- Generar preguntas significativas que se irán abordando a lo largo del trayecto de formación.
- Valorar la importancia del trabajo colaborativo.
- Trabajar en equipo.
- Desarrollar la curiosidad investigativa.

### **IV- Contenidos mínimos**

Microexperiencias guiadas y supervisadas a través de guías de observación en entidades públicas y/o privadas con convenio para la realización de las prácticas profesionales.

### **V – Contenidos**

#### ➤ **UNIDAD I: Una mirada externa**

El análisis de una entidad desde una mirada externa. La comunicación institucional. Estrategias y planes de comunicación, el proceso comunicativo. Objetivos, mensajes, medios. Imagen, identidad visual y comunicación masiva. Marketing Mix y herramientas de comunicación. La comunicación en la era digital. Técnicas de observación y análisis de sitios web y redes sociales.

#### ➤ **UNIDAD II: Planificación estratégica de las organizaciones**

Planificación estratégica de las organizaciones: elementos básicos de identidad corporativa, las unidades de negocios y su adopción. Los competidores. Selección de mercados: segmentaciones, públicos objetivos. Estrategias de comercialización: Diferenciación y posicionamiento. El análisis FODA. Técnicas de recolección de datos: entrevistas y cuestionarios mediados por tecnologías.

#### ➤ **UNIDAD III: La entrada a la organización**



Identificación de espacios de inserción laboral (entidades públicas y/o privadas).  
Protocolos de entrada. Registro y recolección de datos.  
Técnicas de recolección de datos: guías de observación, entrevistas y cuestionarios.  
Géneros textuales: carta de candidatura espontánea, informe de diagnóstico de la entidad, informe de misión.

## VI – Metodología

Por la naturaleza de la materia, que supone la integración y la transferencia constante de conocimientos y habilidades provenientes de distintas áreas a la práctica específica del futuro Técnico Universitario en Francés por constituir la preparación previa a la Práctica Profesional II, la cátedra “Práctica Profesional I” es de carácter eminentemente práctico. Durante las clases se organizarán y se distribuirán tareas, se expondrá lo realizado en las observaciones de organizaciones. Todo ello supondrá el empleo de tecnología de la información (TIC) en un 100% de las actividades propuestas.

- Trabajo individual y grupal
- Búsqueda de información, identificación y consulta de fuentes
- Cuestionarios mediados por la tecnología
- Producción oral y escrita de informes

## VII – Evaluación

El equipo de cátedra cumplirá una labor de planificación, orientación, control y guía constante del proceso de aprendizaje. Esto hará que la **evaluación** sea **continua y personalizada** (evaluación formativa).

Para alcanzar la **condición de “regular”**, el estudiante deberá **aprobar por lo menos el 80% de la totalidad de trabajos prácticos pedidos por la cátedra**.

Para **aprobar la materia**, el alumno deberá aprobar, a su vez, **un examen final** que dependerá de la condición del alumno:

### 1) **Alumno promocional:**

El alumno que al terminar el cursado haya alcanzado por lo menos el 80% de los trabajos prácticos aprobados, será considerado **alumno regular** y podrá realizar los **trabajos evaluativos integradores finales** con cuya aprobación, promocionará la materia. Dichos trabajos consistirán en:

- a) La presentación de un informe;
- b) La defensa oral del informe frente a la docente y al grupo-clase.

### 2) **Alumno regular que no apruebe el trabajo evaluativo integrador final:**

El alumno que, habiendo alcanzado el 80% de trabajos prácticos aprobados, no haya aprobado el trabajo evaluativo integrador final, podrá presentarse en las fechas previstas



por la Facultad de Filosofía y Letras para rendir el examen final de la materia. Dicho examen consistirá en:

- a) Coloquio sobre temas de las distintas unidades del programa.
- b) Presentación de un informe
- c) Defensa oral del informe redactado por el estudiante, previamente validado por el equipo docente en horario de consulta.

### 3) Alumno libre:

El alumno que no consiga aprobar por lo menos el 80% de los trabajos prácticos, será considerado "libre" y podrá presentarse en las fechas previstas por la Facultad de Filosofía y Letras para rendir el examen final de la materia. En este caso, dicho examen consistirá en:

- a) Coloquio sobre temas de las distintas unidades del programa.
- b) Presentación de un informe
- c) Defensa oral del informe redactado por el estudiante, previamente validado por el equipo docente en horario de consulta.

La calificación final dependerá del análisis de los siguientes aspectos (*criterios de evaluación*):

#### a) Organización y realización de la observación:

- Competencia intercultural: Pertinencia y riqueza de conocimientos sobre los temas de la conversación y la idiosincrasia de los participantes. Capacidad de aplicar dichos conocimientos para favorecer la comprensión mutua.
- Competencia organizativa: Capacidad de intervenir activa y eficazmente en las distintas etapas del proyecto final. Capacidad de solucionar problemas imprevistos.
- Competencia actitudinal: Capacidad de intervenir en proyectos profesionales con empatía, aplomo, respeto y responsabilidad.
- Competencia colaborativa: Capacidad de participar activamente en la ejecución de una meta colectiva común, subordinando los intereses personales a los objetivos del equipo, complementando las competencias y la información con el resto del equipo, sumando voluntades en un marco de responsabilidad y compromiso compartido
- Competencia metodológica: Capacidad de lograr coherencia de la organización y aplicación secuencial-articulada de los momentos que componen el proceso de planificación.

#### b) Carpeta e informe:

- Competencia lingüística: Pertinencia y riqueza léxicas. Corrección gramatical. Ortografía y puntuación.



- **Competencias textuales:** Respeto de las características propias del tipo textual pertinente. Pertinencia y riqueza de contenido. Coherencia y pertinencia de ideas expresadas.

**c) Responsabilidad y progresos demostrados durante el cursado** (práctica en clase, trabajos presentados en tiempo y forma).

**Escala de calificación según Ordenanza N° 108 del Rectorado de la UNCUYO:**

<b>Resultado</b>	<b>Escala numérica</b>	<b>Escala porcentual</b>
	<b>Nota</b>	<b>%</b>
NO APROBADO	0	0%
	1	1 a 12 %
	2	13 a 24%
	3	25 a 35%
	4	36 a 47%
	5	48 a 59%
APROBADO	6	60 a 64%
	7	65 a 74%
	8	75 a 84%
	9	85 a 94%
	10	95 100%

**VII – Bibliografía y sitografía**

Los textos correspondientes serán proporcionados a los estudiantes durante el proceso de enseñanza-aprendizaje.

- Blanc, N. ; Varga, Re., (2015) « Rapport de stage et mémoire professionnel, Normes, usages, représentations » consultado el 4 de agosto de 2019 en <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01227151/>
- Capriotti, P (1999). *COMUNICACIÓN CORPORATIVA Una estrategia de éxito a corto plazo*. Consultado el 18 de julio de 2020 en [http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion\\_Corporativa\\_1.pdf](http://bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Corporativa_1.pdf)



- Champy-Remoussenard, P. (2012). L'éducation à l'entrepreneuriat : enjeux, statut, perspectives.... Consultado el 18 de julio de 2020 en [https://www.persee.fr/doc/spira\\_0994-3722\\_2012\\_num\\_50\\_1\\_1087](https://www.persee.fr/doc/spira_0994-3722_2012_num_50_1_1087)
- Di Paolo, R. (2005) "Planificación Estratégica Institucional". Mimeo. Mendoza.
- Iñigo Carrión, R.; Iosune Berasategi, V. (2010), Guía para la elaboración de proyectos, en [www.ivac-eei.eus/es/fondos/guias-metodologicas-pag-1.html](http://www.ivac-eei.eus/es/fondos/guias-metodologicas-pag-1.html)
- Maqueira, J. M., & Bruque, S. (2015) Marketing 2.0. El nuevo marketing en la Web de las Redes Sociales. Revista Comunicación, No 13, año 2015, PP. 106-110. ISSN 1989-600X. Consultado el 4 de agosto de 2019 en [http://revistacomunicacion.org/pdf/n13/Resenas/R6\\_Castro-Marketing-2-0-El-nuevo-marketing-en-la-Web-de-las-Redes-Sociales.pdf](http://revistacomunicacion.org/pdf/n13/Resenas/R6_Castro-Marketing-2-0-El-nuevo-marketing-en-la-Web-de-las-Redes-Sociales.pdf)
- Nuñez Alfaro, L., Morales Ch., G. (2006) Administración de Proyectos Con Marco Lógico y Enfoque del PMI, VITALIT, Costa Rica.
- Orozco Toro, J. A., & Ferré Pavia, C. (2013) *Identidad e imagen: los valores intangibles de la marca*. ISSN: 1850-2032; VIII Encuentro Latinoamericano de Diseño "Diseño en Palermo". Comunicaciones Académicas. Julio 2013, Buenos Aires, Argentina Año VIII, Vol. 15, Julio 2013, Buenos Aires, Argentina | 257 páginas. Consultado el 10 de agosto de 2020 en [http://fido.palermo.edu/servicios\\_dyc/publicacionesdc/vista/detalle\\_articulo.php?id\\_articulo=9231&id\\_libro=456](http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=9231&id_libro=456)
- Soria Romo, R. (2008) Comunicación organizacional: un modelo aplicable a la microempresa. Revista Científica Teorías, Enfoques y Aplicaciones en las Ciencias Sociales, ISSN-e 1856-9773, Año 1, No. 1, 2008, págs. 9-26. Consultado en 10 e agosto de 2020 en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3990506>

#### **VIII – Bibliografía y sitografía de la cátedra**

- Baca Urbina, G. (2006) Evaluación de Proyectos. Quinta edición. Mc graw Hill.
- Di Paolo, R. (2005) "Planificación Estratégica Institucional". Mimeo. Mendoza.
- Ginestar, A. (2004): Pautas para identificar, formular y evaluar proyectos. Segunda Edición. Ediciones Macchi. Buenos Aires.
- Iñigo Carrión, R.; Iosune Berasategi, V. (2010), Guía para la elaboración de proyectos, en [www.ivac-eei.eus/es/fondos/guias-metodologicas-pag-1.html](http://www.ivac-eei.eus/es/fondos/guias-metodologicas-pag-1.html)
- Nuñez Alfaro, L., Morales Ch., G. (2006), Administración de Proyectos Con Marco Lógico y Enfoque del PMI, VITALIT, Costa Rica.



**UNCUYO**  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE  
FILOSOFÍA Y LETRAS

"2020 - AÑO DEL GENERAL MANUEL BELGRANO"

**Profesora Adriana Szymański**

**Visado por la Prof. Noemí Jiménez  
Directora del Departamento de Francés  
FFyL  
UNCuyo**