

### Áreas temáticas y líneas de Investigación IICCOD

Área temática	Líneas de Investigación
<b>1 Medios, lenguajes y discursos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Narrativas mediáticas y transmediáticas.</li> <li>■ Reflexiones sobre la imagen y lo visual.</li> <li>■ Discurso, imagen y marketing político.</li> <li>■ Análisis del discurso y de los medios.</li> <li>■ Estudios sobre prensa, radio, cine y televisión.</li> <li>■ Aplicación e impacto del uso de las tecnologías generativas en el ámbito de la comunicación.</li> <li>■ Producción y distribución digital de contenidos multimediáticos.</li> </ul>
<b>2 Diseño y Publicidad: innovación y gestión.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Gestión y estrategias de la Comunicación, el Diseño y la Publicidad.</li> <li>■ Industrias creativas, producción de valor y gestión de activos intangibles.</li> <li>■ Diseño e investigación en experiencia del usuario.</li> <li>■ Sustentabilidad y medio ambiente.</li> <li>■ Sistemas de representación, morfología, tipografía.</li> <li>■ Construcción de marca y diseño de sistemas visuales.</li> <li>■ Gobernanza de plataformas.</li> </ul>
<b>3 Epistemologías, metodologías y pedagogías.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Pedagogías Proyectuales en el campo de la comunicación.</li> <li>■ Metodologías y procesos creativos.</li> <li>■ Tecnologías educativas y transformaciones pedagógicas.</li> <li>■ Metodologías y nuevos desarrollos en investigación en comunicación.</li> <li>■ Usos de las tecnologías generativas en el campo de la investigación.</li> </ul>
<b>4 Consumos y nuevos usos de los medios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Tecnologías de la información, nuevos medios y vínculos sociales.</li> <li>■ Investigación de mercado, opinión pública y estudios en recepción.</li> <li>■ Nuevos circuitos de producción y consumo de la comunicación y la información.</li> </ul>
<b>5 Procesos culturales y políticos; sujetos e identidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Comunicación, género y sexualidades.</li> <li>■ Nuevas estéticas, tendencias e identidades.</li> <li>■ Imaginarios, representaciones y prácticas sociales.</li> <li>■ Transformaciones en el campo de la comunicación.</li> <li>■ Políticas de comunicación, convergencia digital y nuevas regulaciones.</li> </ul>
<b>6- Gestión de la comunicación institucional y de las organizaciones.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Identidad corporativa.</li> <li>■ Sistemas de medición y evaluación del impacto de la comunicación en las organizaciones.</li> <li>■ Comunicación de crisis y prevención de conflictos.</li> <li>■ Comunicación y cultura organizacional.</li> <li>■ Relaciones públicas y responsabilidad social empresarial.</li> </ul>

<b>7- Rol profesional y laboral en el campo de la comunicación.</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>■ Emprendedorismo en el ámbito de la comunicación.</li><li>■ Inserción profesional y trayectoria laboral: transformaciones de los puestos de empleo.</li><li>■ Producción de valor y monetización de plataformas.</li><li>■ Generación de contenido y producción de valor.</li></ul>
---	--

**Instituto de Investigaciones en Ciencias de la Comunicación y Diseño (IICCOD)**  
**Facultad de Ciencias de la Comunicación UCES**  
**Paraguay 1401, Piso 8. Ciudad Autónoma de Buenos Aires (C1061ABA)**  
[fcc@uces.edu.ar](mailto:fcc@uces.edu.ar)