

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	1 de 4

FACULTAD: ARTES Y HUMANIDADES
PROGRAMA: COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO DE: COMUNICACIÓN SOCIAL

CURSO CÓDIGO:

ÁREA:

REQUISITOS: CORREQUISITO:

CRÉDITOS: TIPO DE CURSO:

JUSTIFICACIÓN

¿Qué es la Comunicación Digital? ¿por qué hablar de comunicación digital?

La comunicación digital se reconoce en la actualidad como una de las áreas más representativas de la comunicación social, por ello, se requieren consolidar de manera precisa técnicas y utilización de herramientas que aporten al desarrollo de estrategias educativas, marketing, publicidad y conocimientos. La Tecnologías de la Comunicación e Información desde todos los tiempos han logrado concentrar a las audiencias en los contextos de moda, es así como se incluyeron en los hábitos ocasionando transformaciones y pertinencias dentro de las comunidades.

OBJETIVO GENERAL

Establecer los conocimientos y técnicas de la Comunicación Digital en los estudiantes de octavo semestre del programa de Comunicación Social, Villa del Rosario.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diseñar contenidos y entornos digital.
- Establecer los conceptos base de la Comunicación Digital.
- Consolidar las técnicas de la Comunicación digital como herramientas fundamentales para la construcción del conocimiento en la era digital.
- Diseñar, Organizar y ejecutar estrategias de comunicación digital.

COMPETENCIAS

Los estudiantes de Comunicación Social deberán aplicar las diferentes herramientas y técnicas de la comunicación digital a través de procesos creativos e incidentes en la comunicación, el desarrollo y la educación.

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	2 de 4

UNIDAD 1: ¿Cómo la comunicación digital desde sus fundamentos básico puede transformar a una comunidad?

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
Qué es la Comunicación Digital	3	1.5
Internet, Redes Sociales y Web 2.0	3	3
Identidad Digital	3	1.5
Teorías para la web	3	3
Como escribir para la web y el SEO	3	3
Funciones de un Community Manager	3	6

UNIDAD 2: ¿Cómo las estrategias de comunicación digital pueden exponer en la web contenidos necesarios para mantener informada a la comunidad?

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
Contenidos Digitales	3	1.5
Infografías	3	6
Convergencia y narrativas digitales	3	6
Gestión y administración de contenidos para la web - Estrategias de circulación	3	6
Estrategias digitales: proyecto de aula	3	6

UNIDAD 3: ¿por qué es importante aplicar una estrategia de comunicación digital?

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
Nuevas audiencias	3	6
Tendencias	3	1.5
Implementación de la Estrategia	3	6

METODOLOGÍA (Debe evidenciarse el empleo de nuevas tecnologías de apoyo a la enseñanza y al aprendizaje)

Para el desarrollo del curso se ha previsto: clases magistrales, talleres individuales y en grupo, seminarios alemanes, debates, exposiciones , además del intercambio con la comunidad a intervenir.

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	3 de 4

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Primer 35%
 20%: Parcial
 15%: Talleres, trabajos, participación y exposiciones

Segundo 35%
 20%: Estrategia
 15%: Talleres, trabajos, participación y exposiciones

Tercer 30%
 20%: Ejecución de la estrategia
 10%: Talleres, trabajos, participación y exposiciones

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- SERRANO PASCUAL Desinformación
- CASTRO CAICEDO GERMAN Colombia x libro narrativo
- VIVALDI, Gonzalo Martín, Curso de Redacción, Ed. Ramaninfo.
- La guía del Community Manager Estrategia, táctica y herramientas. Juan Carlos Mejía LLano. Anaya Multimedia. 2013

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Latuff Lusiana y Nakhoul Samantha. La Comunicación Digital en la Sociedad del Conocimiento. Universidad Arturo Michelena Escuela de Comunicación Social. Valencia Estado Carabobo, Venezuela. Proyecto: Nuevos medios de comunicación y prácticas culturales en Siglo XXI.
- Castells Manuel. (2001) La Galaxia Internet. Barcelona España: Plazo & Jan"s Editores, S. A.
- Camus Juan Carlos. (2010) Tienes 5 segundos.
- Briggs Mark. (2007) Periodismo 2.0. Centro Knight para el Periodismo en las Américas, de la Universidad de Texas en Austin.
- Alonso, J (2011). Identidad digital y reputación Online. España, Madrid. Evoca Comunicación e Imagen.
- "¿Web 2.0 VS 1.0?" de Lorenzo García Aretio.
- "Comunicación analógico - digital" de Enrique Gil Calvo
- Periodismo 2.0 por Mark Briggs
- Apropiación social de las tecnologías de la información: Ciberciudadanías emergentes - Rocío Rueda Ortiz
- La era de la información - MANUEL CASTELLS

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS DE APOYO AL CURSO

www.publicar.com
www.clasesdeperiodismo.com
www.fnpi.org
www.culturadigital.com.co
www.webnode.es

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	4 de 4

www.weebly.com

NOTA: EN CADA UNA DE LAS UNIDADES EL DOCENTE DEBERA PROPONER MÍNIMO UNA LECTURA EN LENGUA INGLESA Y SU MECANISMO DE CONTROL

UNIDAD No.1						
NOMBRE DE LA UNIDAD ¿Qué es la Comunicación Digital y cuáles son los fundamentos básicos?						
COMPETENCIAS A DESARROLLAR						
CONTENIDOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL PROFESOR	HORAS CONTACTO DIRECTO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS ACOMPAÑAMIENTO AL TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DE EVALUACION QUE INCLUYA LA EVALUACION DEL TRABAJO INDEPENDIENTE
Qué es la Comunicación Digital	Clase magistral	3	Consolidación del concepto	1.5	1	Socialización
Internet, Redes Sociales y Web 2.0	Clase magistral	3	Taller grupal	1.5	1	Documento
Identidad Digital	Debate	3	Debate	3	1	Relatoría
Teorías para la web	Clase magistral	3	Comprensión lectora	3	1	Diseño
Como escribir para la web y el SEO	Clase magistral acompañado	3	Seminario alemán	3	1	Construcción de mensajes persuasivos
Funciones de un Community Manager	Socialización del tema	3	Exposiciones	3	1	Manejo del tema

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	5 de 4

UNIDAD No.2						
NOMBRE DE LA UNIDAD Cómo se aplican las estrategias de comunicación digital? ¿Qué tipos de contenidos se deben exponer en la web?						
COMPETENCIAS A DESARROLLAR						
CONTENIDOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL PROFESOR	HORAS CONTACTO DIRECTO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS ACOMPAÑAMIENTO AL TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DE EVALUACION QUE INCLUYA LA EVALUACION DEL TRABAJO INDEPENDIENTE
Contenidos Digitales	Clase magistral	3	Análisis e identificación de los diversos contenidos digitales	1.5	1	Participación en clase
Infografías	Explicación	3	Infografías	6	3	TIC
Convergencia y narrativas digitales	Acompañamiento	3	Exposición	2	2	Puesta en escena
Gestión y administración de contenidos para la web - estrategias de circulación	Explicación y acompañamiento	3	Manejo de plataformas	6	1	Publicaciones en red
Estrategias digitales: proyecto de aula	Clase magistral y acompañamiento	3	Diseño, organización y ejecución de la estrategia	6	6	Plan estratégico

	Contenidos Programáticos	Código	FGA-23 v.01
		Página	6 de 4

UNIDAD No. 3						
NOMBRE DE LA UNIDAD ¿por qué es importante aplicar una estrategia de comunicación digital?						
COMPETENCIAS A DESARROLLAR						
CONTENIDOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL PROFESOR	HORAS CONTACTO DIRECTO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS ACOMPAÑAMIENTO AL TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DE EVALUACION QUE INCLUYA LA EVALUACION DEL TRABAJO INDEPENDIENTE
Nuevas audiencias	Clase magistral	3	Análisis de contextos	2	1	documento
Tendencias	Clase magistral	3	Taller grupal	2	1	documento
Implementación de la Estrategia	Acompañamiento	3	Ejecución del proyecto de aula	6	6	Exposición de resultados finales