

**UNIVERSIDAD DE PLAYA ANCHA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

Vicerrectoría Académica
Dirección de Estudios e Innovación Curricular

PROGRAMA FORMATIVO
CARRERA DE PERIODISMO

MÓDULO: COMUNICACIÓN DIGITAL I
Narrativas fractales
MAYO 2018

CONFORME A ARCHIVO ORIGINAL EN VRA

Timbre de recepción DEIC

Clave y Sigla
Timbre
Vicerrectoría Académica
Amplitud del archivo

Folio

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA FORMATIVO

NOMBRE DEL PROGRAMA FORMATIVO	Comunicación Digital I Narrativas fractales
CLAVE	
TOTAL DE CRÉDITOS	6
DOCENTE RESPONSABLE	María de los Angeles Miranda Bustamante
DATOS DE CONTACTO	
CORREO ELECTRÓNICO	mmiranda@upla.cl
TELÉFONO	5231

COMPLEJIDAD ACTUAL Y FUTURA DE LA DISCIPLINA (JUSTIFICACIÓN)

La digitalización de los entornos sociales ha transformado el lenguaje y la manera de abordar la comunicación social, particularmente en el marco de la comunicación organizacional, donde las instituciones deben potenciar su imagen corporativa en un entorno virtual, con dinámicas de instantaneidad y constantes demandas de participación y transparencia.

En este marco, el periodista debe dominar las narrativas y técnicas necesarias para potenciar la identidad digital de las instituciones, para alcanzar los objetivos corporativos de forma creíble, ética y atractiva para sus públicos, abriéndose espacios en plataformas colaborativas y en medios sociales corporativos.

UNIDAD COMPETENCIA GENERAL

Crea plataformas en el ámbito de la comunicación organizacional, aplicando las narrativas digitales y sus enfoques teóricos.

N°	SUB UNIDADES DE COMPETENCIA
1	Propone contenidos digitales estratégicos para alcanzar los objetivos comunicacionales de una institución.
2	Emplea técnicas digitales para habilitar y diseñar una plataforma CMS.
3	Comprende conceptos teóricos de la comunicación digital para interpretar fenómenos relacionados con la imagen corporativa de instituciones sociales.
4	Coordina los contenidos digitales de una plataforma CMS de acuerdo a una planificación estratégica.
5	Coordina los contenidos digitales de las redes sociales digitales de una institución de acuerdo a una planificación estratégica, buscando conformar una comunidad virtual de usuarios.

SUB UNIDAD DE COMPETENCIA	RESULTADO DE APRENDIZAJE	SABER	RANGO DE CONCRECIÓN DEL APRENDIZAJE	MEDIOS, RECURSOS Y ESPACIOS
Propone contenidos digitales estratégicos para alcanzar los objetivos comunicacionales de una institución.	Elabora un proyecto de gestión de contenidos digitales en plataforma CMS y redes sociales digitales.	<ul style="list-style-type: none"> -Identidad digital de la institución. -Objetivos comunicacionales en internet. -Narrativas digitales en las redes sociales. 	-Se espera que sean capaces de construir, en conjunto con una organización social existente, un perfil de la institución, objetivos comunicacionales factibles de abordar en el soporte digital y parámetros generales para la concreción del proyecto (70%).	<ul style="list-style-type: none"> -Laboratorio con computadores conectados en internet. -Trabajo en terreno con las instituciones respectivas. -Cámaras fotográficas digitales.
Emplea técnicas digitales para habilitar y diseñar una plataforma de CMS.	Diseña y habilita una plataforma CMS.	<ul style="list-style-type: none"> -Nociones básicas del funcionamiento de internet. -Creación de base de datos, configuración de la instalación y del diseño de la plataforma. -Lenguaje CSS básico. -Arquitectura de la información. -Diseño de interfaz digital. 	-Debe lograr que la plataforma funcione sin errores y que la interfaz sea coherente con la imagen gráfica de la institución (70%).	<ul style="list-style-type: none"> -Laboratorio con computadores conectados a internet. -Web hosting con capacidad mínima de una base de datos mysql por estudiante. -Suite Adobe instalada en los computadores. -Proyector multimedia. -Computador para el profesor con interfaz gráfica.
Comprende conceptos teóricos de la comunicación digital para interpretar	Conoce las bases de la web 2.0 en relación con las redes sociales digitales, las audiencias y las	<ul style="list-style-type: none"> -Web 2.0. -Redes sociales en el ámbito de las ciencias sociales y en el soporte digital. 	-Debe ser capaces de analizar fenómenos de la comunicación organizacional en	<ul style="list-style-type: none"> -Bibliografía. -Proyector multimedia.

fenómenos relacionados con la imagen corporativa de instituciones sociales.	instituciones.		el soporte digital a partir de los conceptos teóricos abordados (70%).	
Coordina los contenidos digitales de una plataforma de CMS de acuerdo a una planificación estratégica.	Crea textos y recursos multimediales relacionados estratégicamente con los objetivos comunicacionales de una institución.	-Textos para internet. -Imágenes fotográficas en internet. -Gestión de contenidos.	Los contenidos en el sitio web deben guardar relación con los objetivos comunicacionales trazados (70%).	-Laboratorio con computadores conectados a internet. -Web hosting con capacidad mínima de una base de datos mysql por estudiante. -Suite Adobe instalada en los computadores. -Proyector multimedia. -Computador para el profesor con interfaz gráfica. -Visita a la institución respectiva en terreno.
Coordina los contenidos digitales de las redes sociales digitales de una institución de acuerdo a una planificación estratégica, buscando conformar una comunidad virtual de usuarios.	Crea textos y recursos multimediales en las redes sociales relacionados estratégicamente con los objetivos comunicacionales de una institución, apelando a la interacción con el usuario.	-Comunidades virtuales. -Narrativas institucionales en redes sociales.	-Deben gestionar las redes sociales para lograr la interacción con el usuario (70%).	-Laboratorio con computadores conectados a internet. -Web hosting con capacidad mínima de una base de datos mysql por estudiante. -Suite Adobe instalada en los computadores. -Proyector multimedia. -Computador para el profesor con interfaz gráfica.

				-Visita a la institución respectiva en terreno.
--	--	--	--	---

MODELO GENERAL DE RÚBRICA

Estándares y rúbricas:

Para organizar los procesos evaluativos en todas sus formas, se ha definido previamente una escala que orienta el proceso de construcción de rúbricas a partir de la definición de un estándar de desempeño para la competencia. Un estándar es una declaración que expresa el nivel de logro requerido para poder certificar la competencia ante la secuencia Curricular. El estándar de desempeño se refiere a cada una de las competencias y operacionaliza los diversos indicadores o capacidades que las describen. La siguiente tabla da cuenta del modelo de construcción general de rúbricas.

E Rechazado	D Deficiente	C Estándar	B Modal	A Destacado
1,0-2,9	3,0-3,9	4,0-4,9	5,0-5,9	6,0-7,0
No satisface prácticamente nada de los requerimientos del desempeño de la competencia.	Nivel de desempeño por debajo del esperado para la competencia.	Nivel de desempeño que permite acreditar el logro de la competencia.	Nivel de desempeño que supera lo esperado para la competencia; Mínimo nivel de error; altamente recomendable.	Nivel excepcional de desempeño de la competencia, excediendo todo lo esperado.

PLAN EVALUATIVO

En el desarrollo de este módulo se modelarán el siguiente tipos de evaluación:

Heteroevaluación: Referida a la evaluación que los académicos encargados del módulo realizan a cada uno de sus estudiantes, es la más utilizada en la cualquier comunidad educativa y su implantación tan fuertemente arraigada está dada por la consecuencia natural de la relación maestro y aprendiz.

Instrumentos de Evaluación del módulo.

- **Proyecto:** El proyecto es un instrumento útil para evaluar el aprendizaje de los participantes. El proyecto puede ser propuesto individualmente o en equipo. En los proyectos en equipo, además de las capacidades ya descritas, se puede verificar, por ejemplo, la presencia de algunas actitudes tales como: respeto, capacidad de oír, tomar decisiones en conjunto, solidaridad, etc.
- **Pruebas o Certámenes:** Tiene por finalidad verificar la habilidad de las personas para operar

con los contenidos aprendidos, a través de acciones más elaboradas y complejas.

- **Exposición:** La exposición se puede definir como la manifestación oral de un tema determinado y cuya extensión depende de un tiempo previamente asignado y, además, la forma en que el expositor enfrenta y responde a las interrogantes planteadas por los oyentes. Este instrumento de evaluación para su aplicación óptima obliga al evaluador a ser más objetivo, definir criterios de evaluación y abstraerse de prejuicios que pueda tener sobre el evaluado.

ESTRATEGIAS TÉCNICAS RECURSOS DIDÁCTICOS	Y	ACTIVIDADES: PRIORIZAR DE LA MÁS SIMPLE A LA MÁS COMPLEJA, PRIORIZARLAS; INDICAR LA ACTIVIDAD DE INICIO, SEGUIMIENTO Y LA FINAL.		
		SABER CONOCER	SABER HACER	SABER SER
Exposición		Formula objetivos comunicacionales para una institución social	Reunirse con una institución social de Valparaíso	Detecta necesidades comunicacionales en el entorno social
Pruebas		Conoce los principales conceptos teóricos relacionados con la comunicación digital en las instituciones.	Aplica conceptos a casos concretos.	Analiza los fenómenos sociales asociados a la comunicación digital a la luz de los conceptos teóricos.
Proyecto		Conoce narrativas y herramientas técnicas para crear discursos estratégicos digitales.	Genera contenidos multimediales estratégicos para una institución social.	Desarrolla un trabajo colaborativo con actores del entorno, a partir de las herramientas digitales al rol de periodista institucional.

CALENDARIZACIÓN (ASOCIADA A BIBLIOGRAFÍA)		
FECHA	TEMA O CONTENIDO	BIBLIOGRAFÍA
Semana 1	Identidad digital de una institución.	
Semana 2	Formulación objetivos comunicacionales digitales	Yejas, A., & Albeiro, D. (2016). Estrategias de marketing digital en la promoción de Marca Ciudad. <i>Revista Escuela de Administración de Negocios</i> , (80). https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/145 (en línea)
Semana 3	Exposición de proyectos	Pautas de trabajo del profesor
Semana 4	Exposición de proyectos	Pautas de trabajo del profesor

Semana 5	Instalación de plataforma CMS	Tutorial elaborado por el profesor
Semana 6	Diseño de interfaz y configuración de plataforma CMS	Tutorial elaborado por el profesor
Semana 7	Lenguaje CSS	Gouchat, J. (2014). El gran libro de HTML5, CSS3 y Javascript. Barcelona: Marcombo.
Semana 8	Lenguaje CSS	Gouchat, J. (2014). El gran libro de HTML5, CSS3 y Javascript. Barcelona: Marcombo.
Semana 9	Contenidos digitales estratégicos	Bustamante, E. (2003). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa.
Semana 10	Redes sociales en el contexto social	
Semana 11	Narrativas, audiencias y objetivos de redes sociales digitales	Murray, J. (1999). Hamlet en la holocubierto: el futuro de la narrativa en el ciberespacio. Barcelona: Paidós.
Semana 12	Narrativas, audiencias y objetivos de redes sociales digitales	Apuntes profesor.
Semana 13	Narrativas, audiencias y objetivos de redes sociales digitales	Apuntes profesor.
Semana 14	Trabajo en proyectos	Tutoriales profesor.
Semana 15	Trabajo en proyectos	Tutoriales profesor.
Semana 16	Trabajo en proyectos	Tutoriales profesor.
Semana 17	Entrega de proyecto final	
Semana 18	Prueba especial	

PERFIL DOCENTE

Periodista o equivalente, licenciado (a) en Comunicación Social o Ciencias de la Comunicación, con experiencia demostrada en docencia universitaria de al menos tres años. Experiencia acreditable en periodismo digital y/o gestión de medios sociales de al menos tres años. Formación de postgrado en áreas relativas a las ciencias sociales, artes o humanidades.

SUB UNIDAD DE COMPETENCIA	HORAS PRESENCIALES	HORAS PLATAFORMA	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO DEL ESTUDIANTE
Propone contenidos digitales estratégicos para alcanzar los objetivos comunicacionales de una institución.	9	0	13
Emplea técnicas digitales para habilitar y diseñar una plataforma CMS.	14	3	43
Comprende conceptos teóricos de la comunicación digital para interpretar fenómenos relacionados con la imagen corporativa de instituciones sociales.	5	0	17
Coordina los contenidos digitales de una plataforma CMS de acuerdo a una planificación estratégica.	8	1	30
Coordina los contenidos digitales de las redes sociales digitales de una institución de acuerdo a una planificación estratégica, buscando conformar una comunidad virtual de usuarios.	10	0	8