**MATERIA**

|  |
| --- |
| MEDIOS DE COMUNICACIÓN III (AÑO 2019) |

**FACULTAD**

FACULTAD DE HUMANIDADES

**CARRERA**

|  |
| --- |
| COMUNICACIÓN |

**SEDE**

|  |
| --- |
| MENDOZA |

**UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS**

PRIMER SEMESTRE – 4° AÑO

**ÁREA DE FORMACIÓN**

PROFESIONAL

**TURNO**

|  |
| --- |
| NOCHE |

**CARGA HORARIA**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| HORAS TOTALES | HORAS TEORICAS | HORAS PRACTICAS |
| 80 | 50 | 30 |

**EQUIPO DOCENTE**

|  |
| --- |
| PROFESOR TITULAR: Mgt. Jorge C. Dragonetti (dragonettij@ucongreso.edu.ar) |

**ASIGNATURAS CORRELATIVAS PREVIAS**

|  |
| --- |
| Medios de Comunicación II |

**ASIGNATURAS CORRELATIVAS POSTERIORES**

|  |
| --- |
|   |

**FUNDAMENTOS**

|  |
| --- |
| Vivimos en la era de la tecnología, la forma en que nos comunicamos ha cambiado drásticamente. Internet y las redes sociales son el centro de nuestro quehacer diario. Estos canales de comunicación han logrado modificar nuestro comportamiento y han instalado un nuevo paradigma en el mundo de la comunicación. Tanto los medios de comunicación como las organizaciones en general deben aprovechar este comportamiento implementando estrategias de comunicación digital para captar la atención del lector/consumidor.El conocimiento de las características de la sociedad de la información es fundamental para cualquier profesional de la comunicación. Manejar la retórica de los medios digitales y las redes sociales resulta sumamente valioso para el ejercicio de la profesión tanto en la rama periodística como en la institucional.  |

**OBJETIVOS POR COMPETENCIAS**

|  |
| --- |
| **Competencias Generales*** Reconocer el valor que tienen hoy las herramientas digitales en el hacer periodístico y comunicacional.

**Competencias Conceptuales Específicas*** Visualizar los alcances del concepto “sociedad de la información y el conocimiento”.
* Distinguir entre los componentes humano y tecnológico del fenómeno.
* Aprender la nueva retórica, pertinente a medios digitales y nuevos soportes.

**Competencias Procedimentales Específicas*** Obtener competencias suficientes para que aprovechen las Tecnologías de la Información como soporte y complemento de planes de comunicación efectivos, mediante la realización de trabajos prácticos en red y en aplicaciones de comunicación digital, logrando una mayor destreza para su desempeño profesional.
* Mediante los conocimientos de la web 2.0, podrán desarrollar planes estratégicos de comunicación integrales de acuerdo a las necesidades que rigen el mercado actual.
 |

**CONTENIDOS MINIMOS**

Primeros medios en el mundo y en Argentina en introducirse a la web. 20 años de periodismo digital en Argentina. La irrupción de la multimedialidad y las redes sociales. Características de los medios digitales. La redacción online: organización, funciones de los miembros del equipo, el proceso desde pensar una noticia hasta su publicación. Interacción y sinergia con los medios escritos. Seguimiento de temas en el periodismo digital. Los títulos. Cómo explotar los temas de interés de los lectores. Cómo potenciar el material en las redes sociales. Periodismo digital: nueva retórica, nueva forma de titulación, uso de palabras y construcción de frases. Texto e hipertexto. La nueva pirámide invertida. Las “zonas calientes” de un texto. Noticias relacionadas y links. “Usabilidad” de los textos online. Criterios de longitud de los textos online.

**CONTENIDOS**

|  |
| --- |
| **UNIDAD I: La Sociedad de la Información**Introducción: La nueva sociedad de la información y el conocimiento. Características. El derecho a saber y la revolución de las comunicaciones.**BIBLIOGRAFÍA:*** Drucker, P. (1999). La nueva revolución de la información en los desafíos de la administración del siglo XXI. Buenos Aires: Sudamericana.
* Negroponte, N. (1999). Ser Digital. Buenos Aires: Atlántida.
* Senge, P. (1998). La quinta disciplina. México: Granica.
* Toffler, A. (1998). El cambio del poder. Barcelona: Plaza y Janes.
* Toffler, A. (1981). La Tercera Ola. Bogotá: Ediciones Nacionales.

**UNIDAD II: Tecnología, soportes y lenguajes*** Redes: Concepto. Tipos. Funcionamiento de los componentes básicos. Aplicaciones. Redes internas.
* Internet. Protocolos. TCP/IP. Lenguaje HTML. Hipertexto.

**BIBLIOGRAFÍA:*** Vea, A. (2013). Cómo creamos Internet. Madrid: Península.

**UNIDAD III: Información y periodismo digital*** El periodismo digital o electrónico. Los medios digitales de comunicación. Características principales. Comparación con los medios tradicionales.
* El documento y la publicación digital: características y evaluación. La escritura digital: discurso y géneros periodísticos en el medio electrónico.
* Fuentes de información digitales. Información en línea. Buscar información: de las fuentes de información tradicionales a las fuentes digitales.
* Diseño digital periodístico. Principios del diseño periodístico en el entorno digital. La interfaz. Tratamiento de la información audiovisual: imagen, digitalización, imagen en movimiento, sonido.
* El caso Wikileaks.
* Modelos de los medios en Internet. Adecuación de medios tradicionales. La prensa digital: diarios, magazines, revistas. Agencias de información. La radio. La TV en Internet.
* Gabinetes de prensa e información institucional. Los portales como distribuidores de la información.
* La empresa digital. La redacción electrónica. El trabajo en el medio digital. Perfil del periodista digital. La publicidad en Internet. La publicidad interactiva. Estrategias de promoción en Internet.

**BIBLIOGRAFÍA:*** Claudio F. Freijedo. (2000). Tecnologías de la Información y las comunicaciones. Buenos Aires: Ediciones Macchi.
* Vea, A. (2013). Cómo creamos Internet. Madrid: Península.
* Zanoni, L. (2012). El Imperio Digital. Buenos Aires: Ediciones B Grupo Z.

 **UNIDAD IV: Web 2.0 y nuevos paradigmas*** La web 2.0: La importancia en la vida cotidiana, en la manera de hacer negocios, en las organizaciones.
* Redes sociales, blogs, wikis, etiquetas.
* Telefonía móvil – nuevos paradigmas.
* Deep Web.
* Web 3.0.
* Singularidad tecnológica.

**BIBLIOGRAFÍA:*** Casale, F. (2010). Manual de creación de págimas web. Buenos Aires: Ediciones Buenos Aires.
* Fumero, A. (2012). Web 2.0. Fundación Orange.
* Porta, R. (1991). Derecho a la comunicación. Buenos Aires: Asoc. de Graduados de Derecho.
* Web 2.0 y empresa. Manual de aplicación en entornos corporativos. (2017). Madrid: Comunidad Digital.
 |

**ACTIVIDADES PRÁCTICAS**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Unidad** | **Contenido****básico** | **Nombre****de tema o clase** | **Método / recurso****Didáctico** | **Cantidad****de hs** | **Ámbito** | **Tipo de****evaluación** | **Fecha estimada** |
| I | La Sociedad de la Información | Ser Digital | Trabajo en grupo | 1 | Aula | Informe oral sobre la importancia de los diversos descubrimientos que han favorecido el nuevo paradigma de la sociedad de la información. | 26-3 |
| III | Periodismo digital  | Diarios digitales | Trabajo en grupo | 2 | Aula | Presentación oral grupal de diversos diarios digitales, comparando sus características y servicios ofrecidos | 10-4 |
| III | Periodismo digital | Retórica Digital | Trabajo en grupo | 3 | Aula | Informe escrito individual | 08-5 |
| IV | Web 2.0 | Redes Sociales | Armado de una estrategia de comunicación 2.0 utilizando diversas redes sociales | 3 | Aula | Presentación oral individual  |  12-6 |

**BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

|  |
| --- |
| Artículos de actualidad brindados por la cátedra de las principales publicaciones de comunicación digital y periodismo online.  |

**ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS**

|  |
| --- |
| CLASES TEÓRICAS: Clases expositivas en las que se promoverá la activa participación de los alumnos. CLASES PRÁCTICAS: Cada tema se concluirá con la presentación de un trabajo práctico a efectos de facilitar la significación de los contenidos teóricos y la puesta en cuestión de las formulaciones teóricas abordadas en la unidad. Estas presentaciones serán sometidas a la discusión plenaria.RECURSOS TÉCNICOS: En la medida de las necesidades se utilizarán proyector multimedia, acceso a internet y amplificador de sonido para la visualización de videos y películas. Se realizará una visita guiada a Diario UNO Online. |

**REGULARIDAD**

|  |
| --- |
| La regularidad se obtendrá mediante la asistencia al 75% de las clases teóricas y la asistencia y aprobación del 100% de las clases prácticas y la aprobación de las dos evaluaciones parciales con un puntaje como mínimo del 60%. Cada parcial y trabajo práctico tendrá una instancia de recuperación. |

**EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN**

|  |
| --- |
| * Asistencia 75% mínimo
* Trabajos prácticos formales: cuatro (4) que deben ser aprobados con el 60% que equivale a un seis (6).
* Trabajos prácticos informales: todos los que se estimen necesarios. Deben ser aprobados el 60% de los mismos con un mínimo de 60% (seis) como nota.
* Evaluaciones parciales: dos (2) exámenes, cada uno con su instancia de recuperatorio con un mínimo del 60% (seis) para mantener su regularidad y acceder al examen final o a la promoción indirecta.
* Promoción directa: se obtiene aprobando los dos (2) parciales con el 75% (ocho) como mínimo (en este caso se puede recuperar solo un parcial), un examen integrador con 75% (ocho) como mínimo y el 100% del resto de las actividades programadas también con un 75% (ocho) como mínimo.
 |

**CRONOGRAMA DE EVALUACIONES**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Primera Evaluación Parcial  | 24 de abril de 2019 | Comisiones turno noche |
|  |  |
| Segunda Evaluación Parcial  | 29de mayo de 2019 | Comisiones turno noche |
|  |  |

Integrador: 26 de junio de 2019

**RECUPERATORIOS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Primera Evaluación Parcial  | 19 de junio de 2019 | Comisiones turno noche |
|  |  |
| Segunda Evaluación Parcial  | 19 de junio de 2019 | Comisiones turno noche |
|  |  |

Mgt. Jorge C. Dragonetti