



CALENDARIZACIÓN DE CONTENIDOS

Modalidad Presencial

Asignatura de: Nuevos Medios	Resultado de Aprendizaje de la Asignatura: Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de desarrollar estrategias en proyectos de comunicación online ejecutando campañas, gestionando la imagen de marca y la reputación corporativa en el entorno digital utilizando nuevas plataformas, argumentando un informe de investigación, a partir del análisis de los principios y dimensiones de la identidad e imagen corporativa, vinculando la gestión de comunicación con los diferentes stakeholders, propiciando una repercusión favorable a las actividades empresariales y sintetizando estrategias comunicativas y pautas metodológicas para el proceso de producción y posproducción en comunicación online.
-------------------------------------	---

Unidad	Resultado de Aprendizaje de la unidad	Semana	N° de Sesión	N° de horas	Conocimientos	Metodología	Tipo de sesión de aprendizaje	Lugar
I	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar el papel de los nuevos medios en la comunicación digital en las diferentes especialidades.	1 Semana	1	2	Presentación del curso Evaluación diagnóstica Los nuevos medios	Evaluación diagnóstica Exposición magistral	Teórico	Aula virtual de la asignatura
			2	2	El entorno Internet	Exposición magistral Aprendizaje colaborativo	Práctico	Aula virtual de la asignatura
		2 Semana	3	2	Relación entre tecnología, comunicación y cultura	Exposición magistral Método de casos	Teórico	Aula virtual de la asignatura
			4	2	Relación entre tecnología, comunicación y cultura	Aprendizaje orientado a proyectos	Práctico	Aula virtual de la asignatura
		3 Semana	5	2	Comunicación digital en internet y redes sociales virtuales	Aprendizaje colaborativo Aprendizaje orientado a proyectos	Teórico	Aula virtual de la asignatura
			6	2	Cambios sociales: identidades, subjetividades y brecha digital	Aprendizaje orientado a proyectos	Práctico	Aula virtual de la asignatura
		4 Semana	7	2	Gobernanza en internet	Aprendizaje colaborativo	Teórico	Aula virtual de la asignatura
			8	2	La emergencia de la cibercultura	Desarrollo de proyecto	Práctico	Aula virtual de la asignatura
II	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de analizar las estrategias de marketing en los medios online frente al nuevo consumidor.	5 Semana	9	2	La publicidad en internet	Exposición magistral Método de casos	Teórico	Aula física
			10	2	La estrategia de marketing digital en línea	Aprendizaje orientado a proyectos	Práctico	Aula física
		6 Semana	11	2	La investigación de marketing digital en línea	Método de casos Aprendizaje orientado a proyectos	Teórico	Aula física
			12	2	Productos, precios y competencia en internet	Aprendizaje orientado a proyectos	Práctico	Aula física
		7	13	2	La distribución y el comercio	Método de casos	Teórico	Aula física



Unidad	Resultado de Aprendizaje de la unidad	Semana	N° de Sesión	N° de horas	Conocimientos	Metodología	Tipo de sesión de aprendizaje	Lugar	
		Semana			electrónico	Aprendizaje orientado a proyectos			
			14	2	Redes sociales. Social media marketing	Método de casos Aprendizaje orientado a proyectos	Práctico	Aula física	
		8 Semana	15	2	Evaluación parcial			Teórico	Aula física
			16	2	Herramientas del community manager	Método de casos			Aula física
III	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar los fundamentos, evolución y tendencias de la empresa 2.0 en el contexto nacional, bosquejando y aplicando un plan estratégico integrado de la organización en las redes sociales virtuales.	9 Semana	17	2	Organización 3.0. Fundamentos, evolución y tendencias	Exposición magistral Aprendizaje colaborativo	Teórico	Aula física	
			18	2	Modelos de organización en la era de los <i>milenials</i>	Aprendizaje orientado a proyectos	Práctico	Aula física	
		10 Semana	19	2	La comunicación institucional / corporativa en el universo 2.0	Exposición magistral Aprendizaje colaborativo	Teórico	Aula física	
			20	2	La comunicación institucional / corporativa en el universo 2.0	Aprendizaje orientado a proyectos	Práctico	Aula física	
		11 Semana	21	2	Otras herramientas de social media para la comunicación corporativa	Exposición magistral Aprendizaje colaborativo	Teórico	Aula física	
			22	2	Otras herramientas de social media para la comunicación corporativa	Aprendizaje orientado a proyectos	Práctico	Aula física	
		12 Semana	23	2	<i>Mobile strategy</i> , plan estratégico integrado. Análisis y transformación de la organización	Exposición magistral Método de casos	Teórico	Aula física	
			24	2	<i>Mobile strategy</i> , plan estratégico integrado. Análisis y transformación de la organización	Método de casos Evaluación: Sustentación de análisis de casos	Práctico	Aula física	
IV	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de evaluar las competencias, habilidades y destrezas que le permitirán situarse	13 Semana	25	2	Los nuevos medios: la mediamorfosis	Exposición magistral Aprendizaje colaborativo	Teórico	Aula física	
			26	2	El entorno y la industria de la comunicación digital y multimedia interactiva	Aprendizaje orientado a proyectos	Práctico	Aula física	
		14 Semana	27	2	Estrategias, modelos de comunicación y de distribución de contenidos en entornos digitales	Exposición magistral Método de casos	Teórico	Aula física	



Unidad	Resultado de Aprendizaje de la unidad	Semana	N° de Sesión	N° de horas	Conocimientos	Metodología	Tipo de sesión de aprendizaje	Lugar
	en el entorno de la industria de la comunicación digital y multimedia interactiva en nuestra sociedad.		28	2	Edición de la imagen digital	Aprendizaje orientado a proyectos	Práctico	Aula física
		15 Semana	29	2	Edición y postproducción de audio y vídeo digital	Aprendizaje orientado a proyectos	Teórico	Aula física
			30	2	Diseño avanzado y producción audiovisual para internet y los nuevos medios	Aprendizaje orientado a proyectos	Práctico	Aula física
		16 Semana	31	2	Nuevas estructuras y nuevos profesionales	Aprendizaje orientado a proyectos	Teórico	Aula física
			32	2	Evaluación final			Aula física