



## CALENDARIZACIÓN DE CONTENIDOS

Modalidad Presencial

<b>Asignatura de: Nuevos Medios</b>	<b>Resultado de Aprendizaje de la Asignatura:</b> 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
<b>I</b>	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
<b>II</b>	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	<b>Evaluación parcial</b>			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	<b>Evaluación final</b>			Aula física