



DIRECCIÓN ACADÉMICA
VICERRECTORADO ACADÉMICO

SÍLABO DE LA ASIGNATURA

| | |
|--|--|
| FACULTAD: | FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS |
| CARRERA: | LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN (R-A) |
| ESTADO: | VIGENTE |
| NIVEL DE FORMACIÓN: | TERCER NIVEL |
| MODALIDAD: | PRESENCIAL |
| ASIGNATURA: | DISEÑO INTEGRAL MULTIMEDIA PARA COMUNICACION DIGITAL |
| PERÍODO ACADÉMICO DE EJECUCIÓN: | Periodo 2022 -1S |
| PROFESOR ASIGNADO: | RAMIRO GEOVANNY RUALES PARREÑO |
| FECHA DE CREACIÓN: | Riobamba, 18 de abril de 2022 |
| FECHA DE ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN: | Riobamba, 21 de abril de 2022 |



1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA ASIGNATURA:

| | | |
|---|--|------|
| CÓDIGO: | COP591062 | |
| NOMBRE: | DISEÑO INTEGRAL MULTIMEDIA PARA COMUNICACION DIGITAL | |
| SEMESTRE: | SEPTIMO SEMESTRE | |
| UNIDAD DE ORGANIZACIÓN CURRICULAR: (De acuerdo a la malla curricular): | OBLIGATORIA | |
| CAMPO DE FORMACIÓN (De acuerdo a la malla curricular): | PROFESIONALIZANTE | |
| NÚMERO DE SEMANAS EFECTIVAS DE CLASES: | 16 | |
| NÚMERO DE HORAS POR SEMANA DE ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE | Aprendizaje en contacto con el docente | 4.00 |
| | Aprendizaje práctico-experimental | 2.00 |
| | Aprendizaje Autónomo | 4.00 |
| TOTAL DE HORAS POR SEMANA DE LA ASIGNATURA: | 10.00 | |
| TOTAL DE HORAS POR EL PERÍODO ACADÉMICO: | 160.00 | |

2. PRERREQUISITOS Y CORREQUISITOS:

| PRERREQUISITOS | | CORREQUISITOS | |
|----------------|--------|---------------|--------|
| ASIGNATURA | CÓDIGO | ASIGNATURA | CÓDIGO |

3. DESCRIPCIÓN E INTENCIÓN FORMATIVA DE LA ASIGNATURA:

ofrece elementos cognitivos, técnicos y creativos para laborar en la comunicación de multimedios, con énfasis en su aspecto de periodismo digital y la preparación de contenidos en línea con estilo noticioso definido para la Web. la asignatura combina elementos comunicacionales y tecnológicos que incluye destrezas teóricas y prácticas para la preparación de mensajes digitales. El programa variará entre el trabajo individual, colectivo y la asesoría personal y será eminentemente participativo. Además, se requiere trabajo autónomo bajo las orientaciones del docente, los trabajos recibirán la asesoría y revisión del docente para luego de ser mejorados. El presente programa o syllabus, se estructura a más de los datos generales, luego, la contribución que se brinda a la formación profesional, los objetivos, el resumen de contenidos (Tópicos o temas cubiertos) estructurados por los objetos de estudio y sus correspondientes horas de duración, ello se esclarece con la red conceptual que orienta la relación de los objetos de estudio; cada uno de las unidades tratadas contribuyen en la formación del estudiante con una base sólida de conocimientos que le faciliten el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación TICS, uso de herramientas de internet para el aprendizaje y manejo de Podcast, PDI's, así como utilizar con solvencia las principales herramientas multimedia, y aplicaciones de software libre y sitios de Internet. ofrece elementos cognoscitivos, técnicos y creativos para analizar los contenidos y la incidencia de productos comunicacionales para instituciones y organizaciones potenciando los elementos básicos como CEO, Community Manager, con énfasis en su aspecto de comunicación digital para instituciones y organizaciones, la comunicación digital, de marketing digital, la auditoría informática, las estructuras organizacionales e institucionales y la contenidos para instituciones y organizaciones que vayan acorde a las estrategias, políticas y principios de estas para presentarlos en la Web. El curso combina elementos de análisis, ciencia y la tecnología. El programa incluye destrezas teóricas y prácticas para la auditoría y preparación metodológica de mensajes digitales. La comunicación digital es un nuevo 'pulmón' de la institución o empresa, pero no es una herramienta de un solo hombre o exclusiva del departamento de comunicación. Involucra de manera activa a los dirigentes, empleados, colaboradores externos y clientes. Todos confluyen en un espacio de conversación, intercambio y testimonio ineludible en los tiempos actuales.

4. COMPETENCIA(S) DEL PERFIL EGRESO DE LA CARRERA A LA(S) QUE APORTA LA ASIGNATURA:

1. Proyecta a la comunicación en los distintos niveles, a través de estrategias comunicacionales, programas, campañas y eventos de comunicación, para los medios, industria cultural, organizaciones públicas y privadas a nivel local, regional, nacional e internacional. 3. Crea productos comunicacionales informativos, de opinión, educativos y de entretenimiento, mediante técnicas y recursos físicos y digitales para producir mensajes para prensa, radio, televisión y virtuales, con calidad, en observancia de las normas éticas y deontológicas

5. RESULTADO(S) DE APRENDIZAJE DEL PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA A LO(S) QUE APORTA LA ASIGNATURA

1.2 Aplica las nuevas tecnologías de la información en la convergencia mediática a través de la elaboración, edición y difusión de contenidos comunicativos, con ética profesional 3.2 Diseña productos comunicacionales, según la estructura de los medios masivos, mediante la aplicación de géneros y formatos, para una eficaz difusión. Conocer los fundamentos teóricos de la informática que le habilitan para el ejercicio de la Comunicación, el Humanismo, el Periodismo, la Investigación y las TICS. Maneja las herramientas básicas del sistema operativo, multimedia y utilitarios para organizar la información y administrarla correctamente. Escoge adecuadamente las herramientas de internet, aplicados en el campo de su especialidad y su relación con otras áreas afines, empleando criterios éticos, técnicos y científicos para optimizar recursos. Desarrolla la comunicación y el periodismo fundamentado en el uso racional de las Tics, el uso de los laboratorios de radio y televisión, los centros de convergencia de medios y el observatorio de medios.



DIRECCIÓN ACADÉMICA
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-03-01.01.b
Versión 3: 28-10-2021

6. UNIDADES CURRICULARES:



| | | | | | | | |
|--|--|-----------------------------------|----------------------|--|--|---|--|
| UNIDAD N°: | | 1 | | | | | |
| NOMBRE DE LA UNIDAD: | | PROYECTOS DE COMUNICACIÓN DIGITAL | | | | | |
| NÚMERO DE HORAS POR UNIDAD: | | 40 | | | | | |
| <p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD.- Los resultados de aprendizaje demuestran lo que el estudiante será capaz de resolver al finalizar un proceso formativo. Su estructura es: verbo en tercera persona del presente simple en singular + objeto + condición + finalidad. Su propósito es tributar al cumplimiento de las competencias declaradas en el perfil de egreso.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evalúa el proceso de construcción de un proyecto de Comunicación Digital y los Costes de Social Media para que sea implementado en los entornos digitales - Evalúa el proceso de implementación de un proyecto de Comunicación Digital para Valorar los Beneficios del social media en la institución u organización - Determina el escenario de trabajo del información digital e internet para validar al Internet como fuente de información primaria o secundaria. - Valora las características de las plataformas de distribución de contenidos de la web 2.0 y 3.0 y su interacción con los Géneros periodísticos para crear contenidos y productos comunicacionales para la web - Evalúa los nuevos modelos de comunicación en plataformas digitales para determinar el nivel de interacción con las audiencias y herramientas similares para la presentación de contenidos | | | | | | | |
| <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN.- Expresan características de los resultados esperados: son la base para diseñar la evaluación. Los criterios de evaluación se estructuran con: verbo en infinitivo + objeto + contexto). Se reflejan en los instrumentos de evaluación mediante indicadores que se corresponden</p> <p>Emplea técnicas y herramientas de identificación para deteminar cuales son los criterios para determinar un sitio web como espacio para adquirir información Elabora una planificación estratégica comunicacional digital para la implementación de proyectos de innovación digital de acuerdo a los standares de la planificación estratégica con calidad Organiza los elementos y estrategias para redactar contenidos periodísticos en plataformas digitales</p> | | | | | | | |
| CONTENIDOS ¿Qué debe saber, hacer y ser? | | TEMPORALIZACIÓN | | | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD | | |
| UNIDADES TEMÁTICAS | HORAS | | | SEMANA (de la 1 a la 16 ó 18 según corresponda) | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE EN CONTACTO CON EL DOCENTE | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE PRÁCTICO-EXPERIMENTAL | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO |
| | Aprendizaje en contacto con el docente | Aprendizaje práctico-experimental | Aprendizaje autónomo | | | | |
| 1.1. Encuadre | 2 | 0 | 0 | 1 | Socialización de sílabo, actas de acuerdos y compromisos | Acta de acuerdos y compromisos Sílabo | Llenar actas de acuerdos y compromiso |
| 1.2. El Siglo XXI escenario fundamental para la evolución del Periodista Digital | 2 | 2 | 4 | 1 | validar los retos y oportunidades del Comunicador dentro de la sociedad del Conocimiento Video Archivo Cuestionario | Ejercicio elementos de la sociedad del conocimiento y el comunicador social Consultas Foro Tareas | Ensayo Sociedad del Conocimiento y Comunicación Social Foro Tareas |
| 1.3. El Internet como fuente de información | 4 | 2 | 4 | 2 | Herramientas y plataformas para validar fuentes de información en la web Video Archivo Carpetas Cuestionario | Matrices de validación Sitios web para validar fuentes de información Consultas Cuestionario Foro Tareas | Ejercicio sobre validación de sitios web y redes sociales Consultas Cuestionario Foro Tareas |



| | | | | | | | |
|--|-------------------------|---|----------------------|-------------------------------------|--|--|--|
| 1.4. Hipertextualidad y Multimedialidad | 2 | 2 | 2 | 3 | Los contenidos en la web y las plataformas digitales Video Archivo Carpetas Cuestionario | Narrativas transmedia y plataformas digitales Consultas Cuestionario Foro Tareas | Relación entre narrativas y plataformas digitales Consultas Cuestionario Foro Tareas |
| 1.5. Diseño y evaluación de proyectos Digitales | 2 | 0 | 2 | 3 | Elementos de un plan de comunicación Digital Video Archivo Carpetas Cuestionario | Etapas de un Plan de Comunicación Digital Consultas Cuestionario Foro Tareas | Comunicación 360 Consultas Cuestionario Foro Tareas |
| 1.6. Normas para el diseño de un CCV | 2 | 2 | 2 | 4 | Características del CCV Video Archivo Carpetas Cuestionario | Calidad de información para la web Consultas Cuestionario Foro Tareas | Necesidad de las plataformas dependiendo de su naturaleza Consultas Cuestionario Foro Tareas |
| 1.7. Evaluación del Proyecto | 2 | 0 | 2 | 4 | Validación de estrategias Video Archivo Carpetas Cuestionario | Calidad vs cantidad de información Consultas Cuestionario Foro Tareas | Parámetros para evaluación Consultas Cuestionario Foro Tareas |
| TOTAL DE HORAS (La suma del total de horas debe ser igual a la determinada en la malla curricular por cada componente de aprendizaje; sin embargo, para cada tema tratado será decisión del profesor la distribución de horas en cada componente) | 16 | 8 | 16 | | | | |
| EVALUACIÓN: En este apartado se deberá indicar los tipos de evaluación que se aplicarán (diagnóstica, formativa y sumativa), así como las técnicas e instrumentos a utilizar, a fin de evidenciar mediante los criterios de evaluación el logro de los resultados de aprendizaje. | | | | | | | |
| Tipos de Evaluación | Técnicas | | | Instrumentos | | | |
| Diagnóstica | Evaluación de Desempeño | | | Cuestionarios | | | |
| | | | | Informes | | | |
| | | | | Proyecto | | | |
| | | | | Pruebas Orales de Base Estructurada | | | |
| | | | | Reporte | | | |
| | Pruebas | | | Ensayo | | | |
| | | | | Informes | | | |
| | | | | Pruebas Escritas de Ensayo | | | |
| | | | | Pruebas estandarizadas | | | |
| Resolución de Problemas | | | Ficha de Seguimiento | | | | |
| | | | Proyecto | | | | |
| Formativa | Evaluación de Desempeño | | | Cuestionarios | | | |
| | | | | Informes | | | |
| | | | | Proyecto | | | |
| | | | | Pruebas Orales de Base Estructurada | | | |
| | | | | Reporte | | | |
| | Pruebas | | | Ensayo | | | |
| | | | | Informes | | | |
| | | | | Pruebas Escritas de Ensayo | | | |
| | | | | Pruebas estandarizadas | | | |
| | | | | Ficha de Seguimiento | | | |
| Resolución de Problemas | | | | | | | |



| | | |
|----------|-------------------------|-------------------------------------|
| Sumativa | Evaluación de Desempeño | Proyecto |
| | | Cuestionarios |
| | | Informes |
| | | Proyecto |
| | | Pruebas Orales de Base Estructurada |
| | Reporte | |
| | Pruebas | Ensayo |
| | | Informes |
| | | Pruebas Escritas de Ensayo |
| | Resolución de Problemas | Pruebas estandarizadas |
| | | Ficha de Seguimiento |
| | | Proyecto |



| UNIDAD N°: 2 | | | | | | | | |
|---|---|--|-----------------------------|--|--|--|--|--|
| NOMBRE DE LA UNIDAD: HERRAMIENTAS DE DIFUSIÓN DE CONTENIDOS EN LA WEB | | | | | | | | |
| NÚMERO DE HORAS POR UNIDAD: 40 | | | | | | | | |
| <p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD.- Los resultados de aprendizaje demuestran lo que el estudiante será capaz de resolver al finalizar un proceso formativo. Su estructura es: verbo en tercera persona del presente simple en singular + objeto + condición + finalidad. Su propósito es tributar al cumplimiento de las competencias declaradas en el perfil de egreso.</p> <p>- Construye productos comunicacionales digitales para ser presentados en las diferentes plataformas WEB - Desarrolla habilidades y destrezas en plataformas de distribución de contenidos orientadas al periodismo y la comunicación para la construcción de contenidos periodísticos y comunicacionales digitales - Construye un CCV en plataformas web con estándares básicos para elevarlos y publicarlos en las diferentes plataformas con un formato digital y respetando las normas de las narrativas transmedia</p> | | | | | | | | |
| <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN.- Expresan características de los resultados esperados: son la base para diseñar la evaluación. Los criterios de evaluación se estructuran con: verbo en infinitivo + objeto + contexto). Se reflejan en los instrumentos de evaluación mediante indicadores que se corresponden</p> <p>Diseña estrategias y procedimientos para la creación de contenidos para plataformas de distribución de contenidos a partir de estándares de calidad</p> <p>Emplea las herramientas de la web para la realización de tareas en el área del periodismo digital acorde a los criterios de profesionalismo</p> | | | | | | | | |
| CONTENIDOS ¿Qué debe saber, hacer y ser? | | TEMPORALIZACIÓN | | | | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD | | |
| UNIDADES TEMÁTICAS | HORAS | | | SEMANA (de la 1 a la 16 ó 18 según corresponda) | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE EN CONTACTO CON EL DOCENTE | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE PRÁCTICO-EXPERIMENTAL | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO | |
| | Aprendizaje en contacto con el docente | Aprendizaje práctico-experimental | Aprendizaje autónomo | | | | | |
| 2.1. Plataformas de gestión de contenidos | 4 | 2 | 4 | 5 | Presentación de retórica del hipertexto periodístico nuevas tendencias en la web, al redactar para ciberlectores y personas que usan los TICS para plataformas de distribución de contenidos | Contenidos periodísticos los gestores de contenido, servidores streaming PDI, (blogs), etc Consultas Cuestionario Foro Tareas | Creación de entornos a partir de correo electrónico Consultas Cuestionario Foro Tareas | |
| 2.2. Ontologías | 4 | 2 | 4 | 6 | Errores de consideración para manifestar un medio Digital. Video Archivo Carpetas Cuestionario | Proliferación de BLOGS y VLOGS Consultas Cuestionario Foro Tareas | Contenidos híbridos o Sociales Consultas Cuestionario Foro Tareas | |
| 2.3. Portabilidad de Contenidos | 4 | 2 | 4 | 7 | Contenidos Portables y múltiples plataformas Video Archivo Carpetas Cuestionario | Errores de consideración para diversificar contenidos sin tomar en cuenta las lógicas de consumo y producción Consultas Cuestionario Foro Tareas | Historia de marcas: branded content Consultas Cuestionario Foro Tareas | |



| | | | | | | | |
|--|-------------------------|---|----------------------|-------------------------------------|--|---|---|
| 2.4. Aspectos legales de la comunicación digital | 4 | 2 | 4 | 8 | Licencias para compartir información Vídeo Archivo Carpetas Cuestionario | Creative Commons Consultas Cuestionario Foro Tareas | Derechos de Autor Propiedad Intelectual Consultas Cuestionario Foro Tareas |
| TOTAL DE HORAS (La suma del total de horas debe ser igual a la determinada en la malla curricular por cada componente de aprendizaje; sin embargo, para cada tema tratado será decisión del profesor la distribución de horas en cada componente) | 16 | 8 | 16 | | | | |
| EVALUACIÓN: En este apartado se deberá indicar los tipos de evaluación que se aplicarán (diagnóstica, formativa y sumativa), así como las técnicas e instrumentos a utilizar, a fin de evidenciar mediante los criterios de evaluación el logro de los resultados de aprendizaje. | | | | | | | |
| Tipos de Evaluación | Técnicas | | | Instrumentos | | | |
| Diagnóstica | Evaluación de Desempeño | | | Cuestionarios | | | |
| | | | | Informes | | | |
| | | | | Proyecto | | | |
| | | | | Pruebas Orales de Base Estructurada | | | |
| | | | | Reporte | | | |
| | Pruebas | | | Ensayo | | | |
| | | | | Informes | | | |
| | | | | Pruebas Escritas de Ensayo | | | |
| | | | | Pruebas estandarizadas | | | |
| Resolución de Problemas | | | Ficha de Seguimiento | | | | |
| | | | Proyecto | | | | |
| Formativa | Evaluación de Desempeño | | | Cuestionarios | | | |
| | | | | Informes | | | |
| | | | | Proyecto | | | |
| | | | | Pruebas Orales de Base Estructurada | | | |
| | | | | Reporte | | | |
| | Pruebas | | | Ensayo | | | |
| | | | | Informes | | | |
| | | | | Pruebas Escritas de Ensayo | | | |
| | | | | Pruebas estandarizadas | | | |
| Resolución de Problemas | | | Ficha de Seguimiento | | | | |
| | | | Proyecto | | | | |
| Sumativa | Evaluación de Desempeño | | | Cuestionarios | | | |
| | | | | Informes | | | |
| | | | | Proyecto | | | |
| | | | | Pruebas Orales de Base Estructurada | | | |
| | | | | Reporte | | | |
| | Pruebas | | | Ensayo | | | |
| | | | | Informes | | | |
| | | | | Pruebas Escritas de Ensayo | | | |
| | | | | Pruebas estandarizadas | | | |
| Resolución de Problemas | | | Ficha de Seguimiento | | | | |
| | | | Proyecto | | | | |



| | | | | | | | |
|--|--|---|----------------------|--|--|---|---|
| UNIDAD N°: | | 3 | | | | | |
| NOMBRE DE LA UNIDAD: | | ACCESIBILIDAD- SOCIAL MEDIA Y COMMUNITY MANAGER | | | | | |
| NÚMERO DE HORAS POR UNIDAD: | | 40 | | | | | |
| <p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD.- Los resultados de aprendizaje demuestran lo que el estudiante será capaz de resolver al finalizar un proceso formativo. Su estructura es: verbo en tercera persona del presente simple en singular + objeto + condición + finalidad. Su propósito es tributar al cumplimiento de las competencias declaradas en el perfil de egreso.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emplea los conceptos generales sobre Community Manager y Freelance para ser aplicados en los entornos empresariales e institucionales - Clasifica las herramientas que usa el Community Manager para coleccionar cuales son las fuentes en el internet como una verdadera fuente de información. - Selecciona las herramientas del Community Manager para ser usadas en entornos digitales para diversas plataformas tecnológicas. - Selecciona las características más importantes de accesibilidad, producción y consumo de contenidos, sus propuestas de contenidos digitales diferentes plataformas de distribución de contenidos. - Construye contenidos multimedia - digitales para difundirlos en plataformas de distribución de contenidos con el manejo de herramientas para convertirse en un administrador de recursos comunicacionales usando lógicas de producción y consumo de información | | | | | | | |
| <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN.- Expresan características de los resultados esperados: son la base para diseñar la evaluación. Los criterios de evaluación se estructuran con: verbo en infinitivo + objeto + contexto). Se reflejan en los instrumentos de evaluación mediante indicadores que se corresponden</p> <p>Emplea herramientas para medir la incidencia de sitios web y redes sociales para Instituciones y Organizaciones acorde a los estándares actuales</p> <p>Ejecuta actividades para el diseño, construcción y evaluación de contenidos para plataformas web y redes sociales como tareas propias del comunicador de acuerdo a las lógicas de producción y consumo con a la normativa actual referente a accesibilidad con efectividad</p> | | | | | | | |
| CONTENIDOS ¿Qué debe saber, hacer y ser? | | TEMPORALIZACIÓN | | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD | | | |
| UNIDADES TEMÁTICAS | HORAS | | | SEMANA (de la 1 a la 16 ó 18 según corresponda) | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE EN CONTACTO CON EL DOCENTE | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE PRÁCTICO-EXPERIMENTAL | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO |
| | Aprendizaje en contacto con el docente | Aprendizaje práctico-experimental | Aprendizaje autónomo | | | | |
| 3.1. La administración de las plataformas de distribución de contenidos | 4 | 2 | 4 | 9 | Herramientas para crear y organizar contenido en redes sociales. Video Archivo Carpetas Cuestionario | Perfiles y cargos: de analista a Community Manager Consultas Cuestionario Foro Tareas | Visualización de redes sociales y Análisis de diagramas - Desafíos y oportunidades en el uso de redes sociales online |
| 3.2. Accesibilidad web | 4 | 2 | 4 | 10 | Objetivos de accesibilidad Web Video Archivo Carpetas Cuestionario | . El consorcio W3C y la WAI Consultas Cuestionario Foro Tareas | Herramientas validadoras y recursos Web |
| 3.3. Automatización de contenidos | 4 | 2 | 4 | 11 | Herramientas y escalamiento Video Archivo Carpetas Cuestionario | Bots Consultas Cuestionario Foro Tareas | Media Training |



| | | | | | | | |
|--|-------------------------|---|-------------------------------------|-------------------------------------|--|---|----------------|
| 3.4. Estadísticos | 4 | 2 | 4 | 12 | Google Analytics Video Archivo Carpetas Cuestionario | Estadísticas de Redes sociales Consultas Cuestionario Foro Tareas | Media training |
| TOTAL DE HORAS (La suma del total de horas debe ser igual a la determinada en la malla curricular por cada componente de aprendizaje; sin embargo, para cada tema tratado será decisión del profesor la distribución de horas en cada componente) | 16 | 8 | 16 | | | | |
| EVALUACIÓN: En este apartado se deberá indicar los tipos de evaluación que se aplicarán (diagnóstica, formativa y sumativa), así como las técnicas e instrumentos a utilizar, a fin de evidenciar mediante los criterios de evaluación el logro de los resultados de aprendizaje. | | | | | | | |
| Tipos de Evaluación | Técnicas | | | Instrumentos | | | |
| Diagnóstica | Evaluación de Desempeño | | | Cuestionarios | | | |
| | | | | Informes | | | |
| | | | | Proyecto | | | |
| | Pruebas | | | Pruebas Orales de Base Estructurada | | | |
| | | | | Reporte | | | |
| | | | | Ensayo | | | |
| Resolución de Problemas | | | Informes | | | | |
| | | | Pruebas Escritas de Ensayo | | | | |
| Formativa | Evaluación de Desempeño | | | Pruebas estandarizadas | | | |
| | | | | Ficha de Seguimiento | | | |
| | | | | Proyecto | | | |
| | Pruebas | | | Cuestionarios | | | |
| | | | | Informes | | | |
| | | | | Proyecto | | | |
| Resolución de Problemas | | | Pruebas Orales de Base Estructurada | | | | |
| | | | Reporte | | | | |
| Sumativa | Evaluación de Desempeño | | | Ensayo | | | |
| | | | | Informes | | | |
| | | | | Pruebas Escritas de Ensayo | | | |
| | Pruebas | | | Pruebas estandarizadas | | | |
| | | | | Ficha de Seguimiento | | | |
| | | | | Proyecto | | | |
| Resolución de Problemas | | | Cuestionarios | | | | |
| | | | Informes | | | | |
| Resolución de Problemas | | | Proyecto | | | | |
| | | | Pruebas Orales de Base Estructurada | | | | |
| Resolución de Problemas | | | Reporte | | | | |
| | | | Ensayo | | | | |
| Resolución de Problemas | | | Informes | | | | |
| | | | Pruebas Escritas de Ensayo | | | | |
| Resolución de Problemas | | | Pruebas estandarizadas | | | | |
| | | | Ficha de Seguimiento | | | | |
| Resolución de Problemas | | | Proyecto | | | | |
| | | | Cuestionarios | | | | |



| UNIDAD N°: 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|--|---|--|---|---|--|-------------------------------------|---|---|---|----|--|---|---|---|---|---|----|--|---|
| NOMBRE DE LA UNIDAD: REPUTACIÓN DIGITAL ONLINE y MARKETING DIGITAL | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| NÚMERO DE HORAS POR UNIDAD: 40 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LA UNIDAD.- Los resultados de aprendizaje demuestran lo que el estudiante será capaz de resolver al finalizar un proceso formativo. Su estructura es: verbo en tercera persona del presente simple en singular + objeto + condición + finalidad. Su propósito es tributar al cumplimiento de las competencias declaradas en el perfil de egreso.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Evalúa las estrategias y procesos para hacer presencia empresarial en la Web y en redes sociales - Diseña estrategias de comunicación y su mejora continua para determinar la incidencia de marketing digital Social Ads e Inbound Marketing para una empresa - Clasifica cuales son las mejores estrategias para realizar marketing digital en una empresa - Produce un manual básico de Reputación on line, para ser aplicados a instituciones y organizaciones - Diseña y dirige estrategias de reputación on line de acuerdo a las mejores estándares de calidad para ser aplicados a entornos organizacionales y organizacional - Diseña y dirige estrategias de reputación on line de acuerdo a las mejores estándares de calidad para ser aplicados a entornos organizacionales e institucionales | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <p>CRITERIOS DE EVALUACIÓN.- Expresan características de los resultados esperados: son la base para diseñar la evaluación. Los criterios de evaluación se estructuran con: verbo en infinitivo + objeto + contexto). Se reflejan en los instrumentos de evaluación mediante indicadores que se corresponden</p> <p>Ejecuta las estrategias y acciones planificadas de reputación on line y las evalúa para la toma de decisiones para las instituciones y organizaciones</p> <p>Ejecuta estrategias diseñadas para los procesos de marketing digital dentro para empresas con estándares de calidad</p> | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CONTENIDOS ¿Qué debe saber, hacer y ser? | TEMPORALIZACIÓN | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| UNIDADES TEMÁTICAS | HORAS | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Aprendizaje en contacto con el docente</th> <th>Aprendizaje práctico-experimental</th> <th>Aprendizaje autónomo</th> <th>SEMANA (de la 1 a la 16 ó 18 según corresponda)</th> <th>ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE EN CONTACTO CON EL DOCENTE</th> <th>ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE PRÁCTICO-EXPERIMENTAL</th> <th>ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>13</td> <td>Relación entre la reputación empresarial y la reputación on line Video Archivo Carpetas Cuestionario</td> <td>Producir y optimizar 2 videos, 5 audios y 3 artículos para su posterior publicación en la web, manuales de estilo y posicionamiento de estrategias Consultas Cuestionario Foro Tareas</td> <td>Diseñar, desarrollar y dirigir proyectos de Reputación corporativa e institucional ON line Consultas Cuestionario Foro Tareas</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>2</td> <td>4</td> <td>14</td> <td>Creación de Identidad e imagen corporativa e institucional digital Video Archivo Carpetas Cuestionario</td> <td>Familiarizarse con mejores prácticas en creación y monitoreo de imagen e identidad corporativa e institucional Consultas Cuestionario Foro Tareas</td> <td>Proponer un estrategias de imagen e identidad corporativa e institucional y como interactúan las tecnologías de la información Consultas Cuestionario Foro Tareas</td> </tr> </tbody> </table> | Aprendizaje en contacto con el docente | Aprendizaje práctico-experimental | Aprendizaje autónomo | SEMANA (de la 1 a la 16 ó 18 según corresponda) | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE EN CONTACTO CON EL DOCENTE | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE PRÁCTICO-EXPERIMENTAL | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO | 4 | 2 | 4 | 13 | Relación entre la reputación empresarial y la reputación on line Video Archivo Carpetas Cuestionario | Producir y optimizar 2 videos, 5 audios y 3 artículos para su posterior publicación en la web, manuales de estilo y posicionamiento de estrategias Consultas Cuestionario Foro Tareas | Diseñar, desarrollar y dirigir proyectos de Reputación corporativa e institucional ON line Consultas Cuestionario Foro Tareas | 4 | 2 | 4 | 14 | Creación de Identidad e imagen corporativa e institucional digital Video Archivo Carpetas Cuestionario | Familiarizarse con mejores prácticas en creación y monitoreo de imagen e identidad corporativa e institucional Consultas Cuestionario Foro Tareas |
| Aprendizaje en contacto con el docente | Aprendizaje práctico-experimental | Aprendizaje autónomo | SEMANA (de la 1 a la 16 ó 18 según corresponda) | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE EN CONTACTO CON EL DOCENTE | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE PRÁCTICO-EXPERIMENTAL | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 2 | 4 | 13 | Relación entre la reputación empresarial y la reputación on line Video Archivo Carpetas Cuestionario | Producir y optimizar 2 videos, 5 audios y 3 artículos para su posterior publicación en la web, manuales de estilo y posicionamiento de estrategias Consultas Cuestionario Foro Tareas | Diseñar, desarrollar y dirigir proyectos de Reputación corporativa e institucional ON line Consultas Cuestionario Foro Tareas | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 2 | 4 | 14 | Creación de Identidad e imagen corporativa e institucional digital Video Archivo Carpetas Cuestionario | Familiarizarse con mejores prácticas en creación y monitoreo de imagen e identidad corporativa e institucional Consultas Cuestionario Foro Tareas | Proponer un estrategias de imagen e identidad corporativa e institucional y como interactúan las tecnologías de la información Consultas Cuestionario Foro Tareas | | | | | | | | | | | | | | | |



| | | | | | | | |
|---|----|---|----|----|---|---|---|
| 4.3. Tendencias en Inbound Marketing y Marketing de contenidos | 4 | 2 | 4 | 15 | Trascendencia de Inbound Marketing Video Archivo Carpetas Cuestionario | Ejemplo de Inbound Consultas Cuestionario Foro Tareas | Análisis de las herramientas para crear campañas de marketing en su propuesta de trabajo Consultas Cuestionario Foro Tareas |
| 4.4. Publicidad en redes sociales | 4 | 2 | 4 | 16 | Estrategias para Publicidad en Redes Sociales Video Archivo Carpetas Cuestionario | Publicidad en redes sociales Consultas Cuestionario Foro Tareas | Análisis de las herramientas para crear campañas de marketing en su propuesta de trabajo Consultas Cuestionario Foro Tareas |
| TOTAL DE HORAS (La suma del total de horas debe ser igual a la determinada en la malla curricular por cada componente de aprendizaje; sin embargo, para cada tema tratado será decisión del profesor la distribución de horas en cada componente) | 16 | 8 | 16 | | | | |

EVALUACIÓN: En este apartado se deberá indicar los tipos de evaluación que se aplicarán (diagnóstica, formativa y sumativa), así como las técnicas e instrumentos a utilizar, a fin de evidenciar mediante los criterios de evaluación el logro de los resultados de aprendizaje.

| Tipos de Evaluación | Técnicas | Instrumentos |
|-------------------------|-------------------------|-------------------------------------|
| Diagnóstica | Evaluación de Desempeño | Cuestionarios |
| | | Informes |
| | | Proyecto |
| | | Pruebas Orales de Base Estructurada |
| | | Reporte |
| | Pruebas | Ensayo |
| | | Informes |
| | | Pruebas Escritas de Ensayo |
| | | Pruebas estandarizadas |
| Resolución de Problemas | Ficha de Seguimiento | |
| | Proyecto | |
| Formativa | Evaluación de Desempeño | Cuestionarios |
| | | Informes |
| | | Proyecto |
| | | Pruebas Orales de Base Estructurada |
| | | Reporte |
| | Pruebas | Ensayo |
| | | Informes |
| | | Pruebas Escritas de Ensayo |
| | | Pruebas estandarizadas |
| Resolución de Problemas | Ficha de Seguimiento | |
| | Proyecto | |
| Sumativa | Evaluación de Desempeño | Cuestionarios |
| | | Informes |
| | | Proyecto |
| | | Pruebas Orales de Base Estructurada |
| | | Reporte |



| | | |
|-------------|-------------------------|----------------------------|
| Sustitativa | Pruebas | Ensayo |
| | | Informes |
| | | Pruebas Escritas de Ensayo |
| | | Pruebas estandarizadas |
| | Resolución de Problemas | Ficha de Seguimiento |
| | | Proyecto |

7. INVESTIGACIÓN FORMATIVA.

De acuerdo a los temas y subtemas del sílabo se realizarán actividades que promuevan la investigación formativa como estrategia general de aprendizaje para la formación del estudiante.

8. METODOLOGÍA:

| |
|--|
| <p>Metodología de enseñanza aprendizaje</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprendizaje Basado en Problemas • Estudio de Casos • Demostraciones prácticas • Metodología ADDIE • Aprendizaje Basado en Proyectos <p>Técnicas de enseñanza aprendizaje.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pruebas: • Resolución de Problemas: • Evaluación de Desempeño: <p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aula virtual • Computador • TAC - Tecnologías de aprendizaje y conocimiento • Zoom • Herramientas Web 2.0 • Moodle |
|--|

9. ESCENARIOS DE APRENDIZAJE:

| |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Ambientes Virtuales • Biblioteca Virtual |
|---|

10. RELACIÓN DE LA ASIGNATURA CON LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL PERFIL DE EGRESO DE LA CARRERA:

| Resultados de Aprendizaje que aportan al Perfil de Egreso de la Carrera: (Copiar los elaborados para cada unidad) | Nivel de Contribución: (ALTA- MEDIA-BAJA: Al logro de los Resultados de Aprendizaje del perfil de egreso de la Carrera) | | | Evidencias de Aprendizaje: Son los productos generados por el estudiante, que demuestran los aprendizajes alcanzados según los criterios de evaluación. |
|---|--|------------|-----------|--|
| | A ALTA | B MEDIA | C BAJO | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Evalúa el proceso de construcción de un proyecto de Comunicación Digital y los Costes de Social Media para que sea implementado en los entornos digitales | X | | | Planificación de proyectos digitales. |
| <ul style="list-style-type: none"> • Evalúa el proceso de implementación de un proyecto de Comunicación Digital para Valorar los Beneficios del social media en la institución u organización | X | | | Análisis del proceso de construcción un proyecto de Comunicación Digital y sus beneficios para la institución u organización |
| <ul style="list-style-type: none"> • Determina los escenarios de trabajo de la información digital e internet para validar al Internet como fuente de información primaria o secundaria. | X | | | Práctica de fuentes de información |



| | | | |
|---|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Valora las características de las plataformas de distribución de contenidos de la web 2.0 y 3.0 y su interacción con los Géneros periodísticos para crear contenidos y productos comunicacionales para la web | X | | Práctica de contenidos en plataformas |
| <ul style="list-style-type: none"> Evalúa los nuevos modelos de comunicación en plataformas digitales para determinar el nivel de interacción con las audiencias y herramientas similares para la presentación de contenidos | X | | Resumen y prácticas |
| <ul style="list-style-type: none"> Construye productos comunicacionales digitales para ser presentados en las diferentes plataformas WEB | X | | Construye contenidos en página web |
| <ul style="list-style-type: none"> - Desarrolla habilidades y destrezas en plataformas de distribución de contenidos orientadas al periodismo y la comunicación para la construcción de contenidos periodísticos y comunicacionales digitales | X | | Análisis sobre las redes sociales y sus usos Contenidos creados para medios digitales y redes sociales |
| <ul style="list-style-type: none"> Construye un CCV en plataformas web con estándares básicos para elevarlos y publicarlos en las diferentes plataformas con un formato digital y respetando las normas de la narrativas transmedia | X | | Productos multiplataforma y narrativas transmedia |
| <ul style="list-style-type: none"> Emplea los conceptos generales sobre Community Manager y Freelance para ser aplicados en los entornos empresariales e institucionales | | X | Ensayo Community Manager |
| <ul style="list-style-type: none"> Clasifica las herramientas que usa el Community Manager para coleccionar cuales son las fuentes en el internet como una verdadera fuente de información. | X | | Plataformas Digitales de manejo del Community Manager |
| <ul style="list-style-type: none"> Selecciona las herramientas del Community Manager para ser usadas en entornos digitales para diversas plataformas tecnológicas. | X | | Trabajos Prácticos Uso de herramientas Digitales para las empresas y marcas Entorno del Freelance. |
| <ul style="list-style-type: none"> Selecciona las características más importantes de accesibilidad, producción y consumo de contenidos, sus propuestas de contenidos digitales diferentes plataformas de distribución de contenidos. | X | | Análisis de Casos prácticos |
| <ul style="list-style-type: none"> Construye contenidos multimedia - digitales para difundirlos en plataformas de distribución de contenidos con el manejo de herramientas para convertirse en un administrador de recursos comunicacionales usando lógicas de producción y consumo de información | X | | Manual de desarrollo de contenidos digitales |
| <ul style="list-style-type: none"> Evalúa las estrategias y procesos para hacer presencia empresarial en la Web y en redes sociales | X | | Ejercicio práctico sobre como evaluar los estrategias sobre los perfiles on line de una empresa. |
| <ul style="list-style-type: none"> Diseña estrategias de comunicación y su mejora continua para determinar la incidencia de marketing digital Social Ads e Inbound Marketing para una empresa | X | | Matrices para evaluar las estrategias de marketing digital Social Ads e Inbound Marketing |
| <ul style="list-style-type: none"> Clasifica cuales son las mejores estrategias para realizar marketing digital en una empresa | X | | Datos para evaluar la realidad aumentada |
| <ul style="list-style-type: none"> Produce un manual básico de Reputación on line, para ser aplicados a instituciones y organizaciones | X | | Diseño y dirección de estrategias de reputación |
| <ul style="list-style-type: none"> Diseña y dirige estrategias de reputación on line de acuerdo a las mejores estándares de calidad para ser aplicados a entornos organizacionales y organizacional | X | | Ensayo de la Ley de Comunicación y COIP y el uso con la WEB2.0 |



| | | | | |
|--|---|--|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> Diseña y dirige estrategias de reputación on line de acuerdo a las mejores standares de calidad para ser aplicados a entornos organizacionales e institucionales | X | | | Comunicación Organizacional y Reputación online |
|--|---|--|--|---|

11. BIBLIOGRAFÍA

| |
|---|
| 11.1 BIBLIOGRAFÍA FÍSICA |
| 11.1.1 BÁSICA: |
| <ul style="list-style-type: none"> Historia de la sociedad de la información Mattelart Armand Ediciones Paidós Ibí©rica S. A. Modelos de comunicación digital Sánchez Zuluaga Uriel Universidad de Medellín Comunicación, divulgación y periodismo de la ciencia Erazo P. María de los Angeles Editorial Planeta del Ecuador S.A. |
| 11.1.2 COMPLEMENTARIA: |
| <p>GOMEZ VIETES ALVARO: Sistemas de Información,Herramientas prácticas para la gestión. 2000</p> <p>DIAZ LLAIRÓ, Amparo. El talento está en la red.</p> <p>ALBORNOZ, María Belén, Los usos del Internet, comunicación y Sociedad. Tomo 2.</p> <p>ALEJANDRO PISCITELLI. CIBERCULTURAS 2.0.</p> <p>Herramientas Digitales para Periodistas, Por Sandra Crucianelli, 2010.</p> <p>"Nativos Digitales" 1. Autor: Alejandro Piscitelli.</p> <p>Web Noticia: Propuesta de modelo periodístico para la web: web - noticia.pdf Autor: Cristóbal Cobo Romani y Hugo Pardo Kuklinsk.</p> <p>El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto ydel multimedia al hipermedia: deltextoalhiper.pdf Autor:Concha Edo Bolós</p> <p>El periodismo en la era digital.Convergencia Multimedia: conver-multimedia.pdf Autor:Ramón Salaverria</p> <p>Las redacciones de los canales "todo noticias" como laboratorio periodístico: los casos de BBCNews 24 yRainews 24: casosconver.pdf Autor: José AlbertoGarcía Avilés</p> |

| |
|--|
| 11.2 BIBLIOGRAFÍA DIGITAL |
| 11.2.1 BÁSICA (Libros digitales desde el repositorio de la Institución) |
| |
| 11.2.2 COMPLEMENTARIA (Libros digitales de libre acceso) |
| <p>McGraw-Hill España Uso y aplicación de las redes sociales en el mundo audiovisual y publicitario Sierra Sánchez, Javier España 2018 2018 9788448615062</p> <p>Editorial UOC Analítica y visualización de datos en Twitter Arcila Calderón,Carlos España 2017 2017</p> <p>Editorial UOCLa ingeniería del big data: cómo trabajar con datos López Murphy, Juan José España 2017 2017</p> <p>Ugerman Editor Las redes sociales: herramienta de gestión empresarial Valls Arnau, María Argentina 2016 2016 9789879468432</p> <p>Editorial UOC Reputación y fundaciones: claves para su transparencia en el siglo XXI Pursals Puig,Carlos España 2015 2015 9788490646991</p> |

| |
|---|
| 11.3 WEBGRAFÍA: (Recursos procedentes de Internet en el área de estudio de libre acceso) |
| <p>BIBLIOGRAFÍADIGITAL</p> <p>http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-92672008000300003</p> <p>http://fdpsyr.berghel.net/publications/challenge/challenge.pdf</p> <p>http://www.clasesdeperiodismo.com/</p> <p>ACCESOABIERTO</p> <p>https://www.accesoabierto.net/es</p> <p>REPOSITORIOUNIVERSIDADDELARIOJA</p> <p>https://dialnet.unirioja.es/revistas</p> <p>REPOSITORIOINSTITUCIONAL DELAUNLP</p> <p>http://sedici.unlp.edu.ar/</p> |

12. PERFIL DEL DOCENTE:

| |
|---|
| <p>PROGRAMADOR DE SISTEMAS INFORMÁTICOS</p> <p>ANALISTA DE SISTEMAS INFORMÁTICOS</p> <p>INGENIERO EN SISTEMAS INFORMÁTICOS</p> <p>ESPECIALISTA EN IMAGEN CORPORATIVA</p> <p>EXPERTO EN PROCESOS E-LEARNING</p> <p>EXPERTO EN MEDIOS DIGITALES</p> <p>MASTER DEGREE IN DISTANCE EDUCATION</p> <p>MAGISTER EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA</p> <p>MASTER UNIVERSITARIO EN E-LEARNING Y REDES SOCIALES</p> |
|---|



| | |
|--|---|
| RESPONSABLE(S) DE LA ELABORACIÓN DEL SÍLABO: | Nombre: MAGISTER RAMIRO GEOVANNY RUALES PARREÑO |
| | |

| | |
|----------------|-------------------------------|
| LUGAR Y FECHA: | Riobamba, 18 de April de 2022 |
|----------------|-------------------------------|

REVISIÓN Y APROBACIÓN



fd0292b0-af63-4b57-98c3-
d76bc76b2b04

JULIO ADOLFO BRAVO MANCERO
DIRECTOR DE CARRERA



ANEXOS

PONDERACIÓN PARA LA EVALUACIÓN DEL ESTUDIANTE POR ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

| COMPONENTE | ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE | Primer Parcial %(Puntos): | Segundo Parcial %(Puntos): |
|--|---|------------------------------|-------------------------------|
| Aprendizaje en contacto con el docente | <ul style="list-style-type: none">• Conferencias, Seminarios, Estudios de Casos, Foros, Clases en Línea, Servicios realizados en escenarios laborables. Experiencias colectivas en proyectos: sistematización de prácticas de investigación-intervención, construcción de modelos y prototipos, proyectos de problematización, resolución de problemas, entornos virtuales, entre otros. Evaluaciones orales, escritas entre otras. | 35% | 35% |
| Aprendizaje práctico-experimental | <ul style="list-style-type: none">• Actividades desarrolladas en escenarios experimentales o laboratorios, prácticas de campo, trabajos de observación, resolución de problemas, talleres, manejo de base de datos y acervos bibliográficos entre otros. | 35% | 35% |
| Aprendizaje autónomo | <ul style="list-style-type: none">• Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales tanto analógicos como digitales, generación de datos y búsqueda de información, elaboración individual de ensayos, trabajos y exposiciones. | 30% | 30% |
| PROMEDIO | | 100%- 10 | 100%- 10 |

La calificación de cada componente se ponderará sobre 10 puntos, debiendo realizar una regla de 3 en base al porcentaje de cada uno de ellos para obtener una calificación final sobre 10.

Documento Generado el: 25 de abril de 2022 a las 07:58:29
Fuente: Sistema Informático de Control Académico - Uvirtual