



MENDOZA, 05 de abril de 2024.-

VISTO:

El Expediente Electrónico 38204/2023 en el que corre agregado el programa de la asignatura electiva-optativa "Ecosistemas Digitales y Comunicación Organizacional" para estudiantes de las carreras de Licenciatura en Comunicación Social, Licenciatura en Trabajo Social, Licenciatura en Ciencia Política y Administración Pública, Licenciatura en Sociología, Tecnicatura Universitaria en Producción Audiovisual, Tecnicatura Universitaria en Gestión de Políticas Públicas y Tecnicatura Universitaria en Gestión y Administración de Instituciones Públicas, elevado por el Profesor Fabián CORONEL; y

CONSIDERANDO:

Que corre agregado el informe de control de programas de la Dirección General de Gestión Académica destacando que es una asignatura cuatrimestral con sistema de evaluación Acreditación y/o promoción sin examen final (Art. 9 Ord. N° 108/10-CS).

Que las Direcciones de Carrera de Comunicación Social, Trabajo Social, Ciencia Política y Administración Pública, Sociología, y las Coordinaciones de la TUPA, TUGPP y TUGAIP, sugieren aprobar el programa de referencia.

Que la cátedra tiene una carga horaria total de sesenta (60) horas, con una carga horaria de cuatro (4) horas semanales.

Que el equipo de cátedra está compuesto por los siguientes docentes: Fabián CORONEL (Prof. Responsable de Cátedra) y Ciro Néstor NOVELLI.

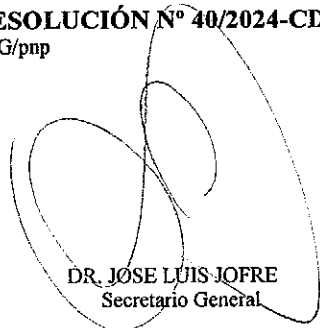
Por ello, teniendo en cuenta lo resuelto por unanimidad, en la sesión realizada el día 18/03/2024,

**EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
RESUELVE:**

ARTICULO 1º.- Aprobar para el Ciclo Lectivo 2024 el programa de la asignatura "Ecosistemas Digitales y Comunicación Organizacional", electiva-optativa para estudiantes de las carreras de Licenciatura en Comunicación Social, Licenciatura en Trabajo Social, Licenciatura en Ciencia Política y Administración Pública, Licenciatura en Sociología, Tecnicatura Universitaria en Producción Audiovisual, Tecnicatura Universitaria en Gestión de Políticas Públicas y Tecnicatura Universitaria en Gestión y Administración de Instituciones Públicas, a cargo del Profesor Fabián CORONEL, y que corre agregado como Anexo Único de la presente Resolución y consta de trece (13) fojas.

ARTÍCULO 2º.- Comuníquese e insértese en el libro de resoluciones.

RESOLUCIÓN N° 40/2024-CD
PCG/pnp



DR. JOSÉ LUIS JOFRE
Secretario General



DRA. MARIA EUGENIA MARTIN
Decana



ANEXO ÚNICO – RES. N° 40/2024-CD



CARRERA: LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL: Trabajo Social, Ciencia Política y Administración Pública, TUGPP, TUGAIP, Sociología y TUPA.			
Plan de estudios: Comunicación Social: 22/00 CS. CPyAP: 15/16 CS. Sociología: 93/13 CS. Trabajo Social 58/15 CS. TUGPP 15/18. TUGAIP 07/09-CD y 61/09-CS. TUPA 24/16 CS. y 02/22 CD		Año Académico: 2024	
Programa de: ECOSISTEMAS DIGITALES y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL		CUATRIMESTRAL	X
		ANUAL	
OPTATIVA/ELECTIVA	CARGA HORARIA TOTAL 60 horas (6 créditos)	CARGA HORARIA SEMANAL 4 horas	APROBADO POR RES.N°:
Responsable de Cátedra: Mgter. Fabián Coronel			
Otros Integrantes de la Cátedra: Dr. Ciro Néstor Novelli			
CONDICIONES PARA CURSAR			
Asignaturas con cursado regular		Asignaturas aprobadas	
CONDICIONES PARA RENDIR O PARA CURSAR CON EVALUACIÓN CONTINUA			
Asignaturas con cursado regular		Asignaturas aprobadas	

1. FUNDAMENTACIÓN

De acuerdo al plan de estudio vigente el siguiente programa pretende abordar la comunicación organizacional digital desde una mirada holística, integral y líquida, a los efectos de trazar mensajes coherentes en el accionar diario, contemplando la heterogeneidad de los constructos que componen el ecosistema en el que se desenvuelve.

Encontramos que la comunicación digital se encuentra en constante cambio provocando en la actualidad un mayor grado de conexión entre las personas, estableciendo un tipo de comunicación más relacional, siendo la hipercomunicación un nodo del complejo entramado sociocultural, afectivo, educativo, económico y político.

De este universo transmediático tomamos a la convergencia como un concepto que resulta fundamental como punto de partida para comprender cómo debemos abordar la conceptualización e implementación de este nuevo modelo narrativo. Entendiendo que los ecosistemas digitales han definido un nuevo marco social, económico, político y cultural gracias al impulso tecnológico y a la masificación de internet, que genera la interacción permanente entre los usuarios.



Por lo tanto, debemos adecuarnos a las nuevas formas de comunicación, contemplando que la lectura tiende a ser ubicua, transmediática y sobre todo tiende a ser experiencial. Promoviendo una interrelación del hacer y del ser en entornos multimediales e interactivos. Comprendiendo que las nuevas reglas del juego marcan que aislarse puede ser nocivo para el desarrollo personal y profesional. Comenzando a cobrar cada vez más fuerza la idea del conocimiento colaborativo, construido en redes, que ya ha dado muestras de su poderío en la era de la conectividad, y tiene un potencial enorme frente a la creciente hiperconectividad (estar potencialmente conectado todo el tiempo a través de al menos un dispositivo o una red).

Este conocimiento colaborativo, entre otras cosas implica repensar la dinámica de la política que tendrá que ajustarse a formas de democracia nuevas y más reales, con mayor grado de participación ciudadana, lo que implica reconstruir modos de ciudadanía y cohesión social influenciados por la manera en que se desenvuelven las plataformas de redes sociales virtuales para personas reales.

Debemos desplazarnos hacia los nuevos medios digitales, interactivos online, con una preeminencia de aquellos que facilitan el acceso a redes sociales y a contenidos audiovisuales, dado que el compartir este tipo de contenidos es una de las actividades principales en estas redes. Siendo cada vez mayor la proporción de usuarios de internet que utilizan la mensajería instantánea de las redes sociales antes que el correo electrónico, ya sea para contactos de tipo personal como profesional, haciendo de este tipo de comunicación un espacio que no distingue lo personal de lo profesional, lo privado de lo público.

En este sentido consideramos que las competencias profesionales que el estudiante debe alcanzar están relacionadas con el abordaje de la comunicación organizacional en los ecosistemas digitales, siendo esta una propuesta teórico-práctica que pretende la adquisición de habilidades y competencias de base para el desarrollo de acciones de comunicación.

2. OBJETIVOS

2.1 GENERALES

Desarrollar capacidades cognitivas, prácticas, técnicas y actitudinales que promuevan las competencias necesarias para el desarrollo de comunicaciones organizacionales en ecosistemas digitales.

2.2 OBJETIVOS PARTICULARES

- Analizar las bases teóricas que definen los aspectos constitutivos de la comunicación organizacional en ecosistemas digitales.
- Reconocer los espacios de acción a fin de establecer lineamientos de comunicación acordes al perfil estratégico organizacional.
- Identificar aspectos característicos identitarios, entendiendo el lenguaje intrínseco de los medios digitales, elaborando un esquema planificado de comunicación y estableciendo variables medibles a alcanzar.
- Promover el abordaje de tareas de investigación, análisis y aplicación de comunicación organizacional en entornos virtuales.



- Estimular espacios de participación y co-construcción de contenidos teórico-prácticos que afiancen conceptos y promuevan el desarrollo personal dentro de los ecosistemas digitales.

3. CONTENIDOS DEL PROGRAMA

UNIDAD 1 – Entorno, comunicación digital y la organización.

Las nuevas tecnologías, la comunicación digital, los modelos de negocio digitales, tendencias y ámbitos. Mapeo de escenarios de participación internacional, de agendas y actores relevantes de carácter internacional. Dimensiones interpersonales e hiperpersonales de la comunicación digital.

UNIDAD 2 – Nuevos entornos digitales, organización, comunicación y ecosistema.

La comunicación en el escenario digital, la transformación digital y la inteligencia artificial al servicio del bien social. Reescribiendo las reglas para la era digital y la organización del futuro. Principios de la economía colaborativa. Organizaciones virtuales, el talento colaborativo en el ecosistema digital. La convergencia cultural a través de la ecología de medios. La comunicación en el escenario digital, la transformación digital y la inteligencia artificial al servicio del bien social. La Ai en los entornos digitales, usos y herramientas.

UNIDAD 3 – La comunicación en ecosistemas digitales, creación y modelos colaborativos.

Introducción a los nuevos formatos narrativos, análisis de conceptos transmediales, convergencias y productores. Proyectos digitales, UX, Convergencia. Diseño de estrategias de comunicación en entornos virtuales, definición del perfil estratégico, análisis del entorno y desarrollo de un plan de comunicación. El proyecto digital, transmedia, estrategias y comprensión narrativa.

UNIDAD 4 – Diseño de proyectos organizacionales, tiempos y efectos.

Investigación y análisis del perfil organizacional digital. Comunicación transmedia. Análisis, planificación y gestión de experiencias. Prosumidores, creadores, producción colaborativa. Características y modelos para construir acciones de comunicación a audiencias colaborativas.

4. BIBLIOGRAFÍA

4.1 Bibliografía general

1. Adigital (ed) (2016). Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales. Disponible en <https://www.adigital.org/media/plataformas-colaborativas.pdf>
2. Alfonso Sánchez, R. (2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 88, 231-258.
3. Aparicio Cid, R. (2016) Comunicación ambiental: aproximaciones conceptuales para un campo emergente. Revista Nueva época, núm. 25, enero-junio, 2016, pp. 209-235.
4. Becerra, M., & Mastrini, G. (2017). La concentración infocomunicacional en América Latina.
5. Cañigual, A. (2016). Hacia una economía colaborativa "responsable". Oikonomics, 6, 16-27.



6. Cerezo, P. (2016) Los auténticos nativos digitales: ¿estamos preparados para la Generación Z? Revista de Estudios de Juventud N.º 114, pp. 95-109
7. Collebecchi, M. E. (2017). Formación en el horizonte digital. Secretaría de Educación Virtual. Universidad Nacional de Quilmes.
8. Covas Álvarez, O. Educación Ambiental a partir de tres enfoques: comunitario, sistémica e interdisciplinario. Revista Iberoamericana de Educación.
9. Fernández Criado - Guzmán Sergio. (2004) Organizaciones virtuales de la integración a la desintegración integrada. Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, España.
10. Gómez Rosario - Díaz Álvarez. Principios oncológicos de la economía colaborativa verdadera. Proyecto de Investigación de I+D DER-2015-63701-C3-3-R
11. Guzmán Paz, Vanessa. (2012) Comunicación organizacional. RED TERCER MILENIO. México.
12. Hernandez-Serrano, M-J., Renés-Arellano, P., Graham, G. y Greengill, A. (2017). Del prosumidor al prodiseñador: el consumo participativo de noticias. Revista Comunicar. XXV (50), 77-89.
13. Islas Octavio (2009). La convergencia cultural a través de la ecología de medios. Comunicación Digital Estratégica del Tecnológico de Monterrey en el Estado de México.
14. Jenkins, H. (2006) Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. PAIDÓS
15. Jenkins, H. (2010): Transmedia Education: the 7 Principles Revisited. En: Confessions of an Aca- Fan, 21 de Junio. URL: http://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html
16. Jenkins, H. (2010): Transmedia Education: the 7 Principles Revisited. En: Confessions of an Aca- Fan, 21 de Junio. URL: http://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html
16. Jenkins, H. [El Cañonazo] (2014) Henry Jenkins on Transmedia [Archivo de video] YouTube <https://www.youtube.com/watch?v=Ji-J8rAJeyQ>
17. Jenkins, H. (2003), Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling, en Technology Review. URL: <http://www.technologyreview.com/biomedicine/13052/>
18. Luis M. Romero-Rodríguez y Diana Rivera-Rogel (2019). La comunicación en el escenario digital. Pearson
19. Moreira Segura, C.; Delgadillo Espinoza, B. (2015). La virtualidad en los procesos educativos: reflexiones teóricas para su implementación. Vol. 28, No 1. pp. 121-129
20. Organización para el desarrollo Sustentable (2021). Los ODS y la Educación Ambiental. URL: <http://ods.com.ar/los-ods-y-la-educacion-ambiental/>
21. Ocampos Guillermo Daniel. Gestión del talento colaborativo en el ecosistema digital TowerWatson, PwC.
22. Orihuela, J. (2002). Los nuevos paradigmas de la comunicación [Mensaje en un Blog]. Recuperado de www.ecuaderno.com/paradigmas/
23. Puig, C.T. (2012). Del hipertexto al hipermedia. Una aproximación al desarrollo de las obras abiertas. Formats. Revista de comunicación audiovisual. (2), 1 – 13. Recuperado de http://www.iaa.upf.edu/formats/formats2/tom_e.htm
24. Scolari, C. (2012). Comunicación digital. Recuerdos del futuro. El profesional de la información, 21 (4), 337 - 340. doi: 10.3145/epi.2012.jul.01
25. Scolari, C. A. (2013). El proyecto transmedia.



26. Volini Erica y Walsh Brett. (2017) Reescribiendo las reglas para la era digital. Deloitte University Press

4.2 Bibliografía especial por unidad

UNIDAD 1

1. Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. PAIDÓS
2. Jenkins, H. (2010): *Transmedia Education: the 7 Principles Revisited*. En: *Confessions of an Aca- Fan*, 21 de Junio. URL: http://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html
3. Jenkins, H. (2010): *Transmedia Education: the 7 Principles Revisited*. En: *Confessions of an Aca- Fan*, 21 de Junio. URL: http://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html
4. Jenkins, H. [El Cañonazo] (2014) *Henry Jenkins on Transmedia [Archivo de video] YouTube* <https://www.youtube.com/watch?v=Ji-J8rAJeyQ>
5. Luis M. Romero-Rodríguez y Diana Rivera-Rogel (2019). *La comunicación en el escenario digital*. Pearson
6. Moreira Segura, C.; Delgadillo Espinoza, B. (2015). *La virtualidad en los procesos educativos: reflexiones teóricas para su implementación*. Vol. 28, No 1. pp. 121-129
7. *Organización para el desarrollo Sustentable (2021). Los ODS y la Educación Ambiental*. URL: <http://ods.com.ar/los-ods-y-la-educacion-ambiental/>

UNIDAD 2

1. Hernandez-Serrano, M-J., Renés-Arellano, P., Graham, G. y Greengill, A. (2017). *Del prosumido al prodiseñador: el consumo participativo de noticias*. *Revista Comunicar*. XXV (50), 77-89.
2. Islas Octavio (2009). *La convergencia cultural a través de la ecología de medios*. *Comunicación Digital Estratégica del Tecnológico de Monterrey en el Estado de México*.
3. Ocampos Guillermo Daniel. *Gestión del talento colaborativo en el ecosistema digital* TowerWatson, PwC.



4. Orihuela, J. (2002). Los nuevos paradigmas de la comunicación [Mensaje en un Blog]. Recuperado de www.ecuaderno.com/paradigmas/
5. Puig, C.T. (2012). Del hipertexto al hipermedia. Una aproximación al desarrollo de las obras abiertas. *Formats. Revista de comunicación audiovisual*, (2), 1–13. Recuperado de http://www.iaa.upf.edu/formats/formats2/tom_e.htm
6. Scolari, C. (2012). Comunicación digital. Recuerdos del futuro. *El profesional de la información*, 21 (4), 337 - 340. doi: 10.3145/epi.2012.jul.01
- 7.

UNIDAD 3

1. Aparicio Cid, R. (2016) Comunicación ambiental: aproximaciones conceptuales para un campo emergente. *Revista Nueva época*, núm. 25, enero-junio, 2016, pp. 209-235.
2. Becerra, M., & Mastrini, G. (2017). La concentración infocomunicacional en América Latina.
3. Cerezo, P. (2016) Los auténticos nativos digitales: ¿estamos preparados para la Generación Z? *Revista de Estudios de Juventud* N.º 114, pp. 95-109
4. Collebecchi, M. E. (2017). Formación en el horizonte digital. Secretaría de Educación Virtual. Universidad Nacional de Quilmes.
5. Covas Álvarez, O. Educación Ambiental a partir de tres enfoques: comunitario, sistémica e interdisciplinario. *Revista Iberoamericana de Educación*.
6. Jenkins, H. (2003), *Transmedia Storytelling. Moving characters from books to films to video games can make them stronger and more compelling*, en *Technology Review*. URL: <http://www.technologyreview.com/biomedicine/13052/>
7. Scolari, C. A. (2013). El proyecto transmedia.

UNIDAD 4

1. Adigital (ed) (2016). Los modelos colaborativos y bajo demanda en plataformas digitales. Disponible en <https://www.adigital.org/media/plataformas-colaborativas.pdf>
2. Alfonso Sánchez, R. (2016). Economía colaborativa: un nuevo mercado para la economía social. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 231-258.
3. Cañigüeral, A. (2016). Hacia una economía colaborativa "responsable". *Oikonomics*, 6, 16-27.
4. Fernández Criado - Guzmán Sergio. (2004) Organizaciones virtuales de la integración a la desintegración: integrada. Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, España.



5. Gómez Rosario - Díaz Álvarez. Principios oncológicos de la economía colaborativa verdadera. Proyecto de Investigación de I+D+D+R 2015-63701-C3-3-R
6. Guzmán Paz, Vanessa. (2012) Comunicación organizacional. RED TERCER MILENIO. México
7. Volini Erica y Walsh Brett. (2017) Reescribiendo las reglas para la era digital. Deloitte University Press

5. ESTRATEGIAS O MODALIDADES DE TRABAJO PREVISTAS PARA EL DESARROLLO DEL ESPACIO CURRICULAR

El profesor responsable de la asignatura desarrollará el 75% de las clases teóricas/prácticas siendo el principal responsable de los trabajos prácticos y el proyecto final, contando con el apoyo de los docentes que conforman el equipo de cátedra. Los ejes centrales a abordar por el titular son: Nuevas tecnologías, modelos de negocio, entorno, economía, comunicación organizacional digital, ecosistemas digitales, modelos colaborativos y proyectos contenidos en las unidades 1, 2, 3 y 4. Entre el equipo se impartirá los temas transmeida, modelos narrativos y organizaciones virtuales que forman parte de la unidad 3 y 4.

Clases

Para el abordaje de contenidos conceptuales se desarrollará un espacio abierto e inclusivo que estimule la participación activa de los mismos de acuerdo a las diferentes temáticas a abordar, procurando un espacio de co-construcción. Analizando la realidad organizacional, el entorno y casos de forma conjunta, a fin de establecer criterios de base que permitan construir conocimiento por medio de la puesta en común.

Las clases son teórico-expositivas y prácticas, promoviendo el análisis y trabajo en conjunto sobre comunicación en organizaciones digitales, entornos, ecosistemas, narrativas, proyectos, canales y nuevos modelos. Motivando la interacción presencial, estimulando y creando espacios virtuales de contenido, visitando las plataformas interactivas que estimulen la experiencia y el conocimiento bajo un sistema colaborativo.

Los alumnos organizaran presentaciones con apoyo tecnológico, como diapositivas multimedia y/o video, para fortalecer y desarrollar su experiencia expositiva ante grupos y familiarizarse con el uso de herramientas digitales.



Prácticos

Cada docente diseñará los trabajos prácticos, articulará el abordaje y la evaluación por según la temática abordada, bajo los contenidos curriculares desarrollados en los mismos.

Alcance

Bajo una estructura constructivista la materia espera estimular la investigación, colaboración, análisis y el conocimiento por medio de la participación en las diferentes temáticas abordadas. Proponiendo un rol profesional por parte de los estudiantes que incentive el cumplimiento de diferentes etapas hasta llegar al proyecto final. Contemplando como trabajos prácticos intermedios los siguientes:

- 1- Análisis y conclusión de comunicación y ecosistema digital. (Individual)
- 2- Nuevos entornos, análisis e implementación de un modelo de proyecto. (Grupal)
- 3- Viabilidad y planificación. (Grupal)
- 4- Estrategia de comunicación del nuevo ecosistema digital. (Grupal)

A fin de afianzar la internalización de conocimiento los trabajos serán visionados en clase y en jornadas especiales abiertas con profesionales de comunicación, transmedia, narrativa y entornos digitales. Para completar y estimular la interrelación se proponen charlas, exposiciones y entrevistas con empresarios, diseñadores, programadores, comunicadores locales.

Siendo el eje central de este espacio abierto el complementar los conceptos y prácticas del aula, comparándolos con las decisiones que se llevan a cabo en la realidad, contemplando el recorrido de los idóneos y trabajadores del medio.

Abordaje

Se propone un modelo presencial (de acuerdo a las medidas contextuales y universitarias) con la posibilidad de ampliar contenido e interacción de forma virtual, donde se desarrollan los temas de las diferentes unidades y se presentan tanto los trabajos a realizar como ejemplos similares que servirán de guía. Se realizan puestas en común de cada uno de los prácticos que van entregando, tanto individual como grupalmente; con una serie de comunicaciones a través de redes.

Se suman a la presencialidad, una virtualidad sincrónica para horarios de consulta. El 50% de las consultas serán virtuales y en forma semanal, para abordar dudas sobre los conceptos desarrollados y los trabajos prácticos asignados. Existe una comunicación, para cualquier tipo de consulta ligado al correo del campus virtual, a un Gmail de la cátedra y los mails de cada uno de los docentes. El correo oficial de la materia: ecosistemadigitalunc@gmail.com, un espacio - información abierta- en Moodle: <https://fcp.uncuyo.edu.ar/aulas-virtuales>.



El trabajo final se comienza a desarrollar a fines del cursado y se aborda una serie de tutorías individuales de los/las docentes con cada grupo de trabajo. Al ser las producciones para distintas plataformas y redes (IG, Facebook, TikTok, otras), pudiendo desarrollar sus trabajos en espacios virtuales reales.

6. DISTRIBUCIÓN CURRICULAR DEL DICTADO DE CLASES ENTRE LOS INTEGRANTES DE CÁTEDRA (Porcentajes)

El dictado de las clases será de un 60% del responsable de la cátedra, Fabián Coronel, y el 40% del profesor que conforma el equipo, Ciro Novelli.

7. CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CONDICIONES DE APROBACIÓN

Los criterios de evaluación se encuentran en relación con los objetivos generales y específicos establecidos en este programa. Es la intención del equipo de cátedra que los estudiantes puedan, al concluir el cursado, conocer la realidad actual de la comunicación en ecosistemas digitales, diseñando y gestionando integralmente proyectos de calidad, asumiendo eficientemente todas las fases de producción y realización.

Éstos criterios se relacionan de forma directa con el sistema de evaluación de la asignatura y los instrumentos seleccionados. La asignatura es de evaluación continua y en consecuencia se busca que los estudiantes, antes de llegar a la producción final, manejen adecuadamente una serie de conceptos, a través de la exactitud en el manejo de un lenguaje específico y la coherencia en el abordaje de los temas de cada unidad.

En cada una de las unidades se encuentran una serie de contenidos teóricos, pero también una cantidad importante de actividades prácticas y de transferencia de los contenidos al desarrollo de los trabajos prácticos. Conservando una relación directa de estos criterios con el desarrollo de la cátedra, trasladados a la función específica de la asignatura que es la producción y realización de proyectos en ecosistemas digitales. Se espera una aprensión del 100% sobre conceptos identitarios en relación con la comunicación interna y externa, a fin de poder interrelacionar una coherencia con medios, canales y soportes.

El uso del lenguaje, se asocia no sólo al desarrollo teórico, sino con la producción de los prácticos y el trabajo final. La estrategia de comunicación propone un código lingüístico apropiado al perfil estratégico organizacional. La comprensión y aplicación del concepto para producir proyectos en



entornos ecológicos digitales. La comprensión del lenguaje, desde su punto narrativo y estético, tanto como la comprensión de los procesos de producción, desde el punto de vista de la gestión humana, técnica y financiera, es crucial para asegurar la realización integral y de calidad de este tipo de proyectos. Alcanzando una consistencia en el desarrollo estratégico de la comunicación y organicidad temporal del plan a implementar.

Alcanzar la realización y difusión de un ecosistema digital involucra una enorme cantidad de acciones, desde la elaboración de un plan de acción, manejo adecuado de herramientas tecnológicas, organización de recursos humanos y de áreas creativas, la gestión y planificación de implementación, la comunicación en diferentes soportes, además de la selección de formas adecuados y múltiples variables trabajo colaborativo. El conocimiento acabado de cada uno de estos ítems, el uso gradual de equipos, la práctica de asesorada en forma permanente a través de tutorías de campo, la producción de piezas, el trabajo en equipo para la implementación en tiempo y forma.

8.1. Instrumentos de evaluación

En la materia se contempla la evaluación continua. Estableciendo y definiendo múltiples y variados instrumentos de evaluación semiestructurado para los prácticos en clase, considerando la escala numérica establecida en la facultad, siendo de un 60% para su aprobación. En primer lugar, una prueba estructurada consistente en examen parcial que abordan los conceptos teóricos de cada unidad del programa y que contendrán los ejes principales abordados en cada unidad como; identidad, comunicación digital, organizaciones digitales, estrategia, planificación, públicos, ecosistemas e imagen.

Estos exámenes se complementan con trabajos escritos (prácticos y actividades individuales y grupales), uno por unidad, teniendo como eje la creación de entornos digitales, acciones de comunicación, ecosistemas, interacción, instrumentación y verificación. Finalizando con un trabajo final integrador que pretende evaluar la internalización de todos los conocimientos adquiridos.

Para alcanzar la regularidad de la materia los estudiantes deberán:

- Aprobar el 70% actividades teórico-prácticas, que son: identidad y comunicación en el primer trabajo, público, reputación e imagen en el segundo, público y análisis en el tercero, estrategia y planificación en el cuarto, y desarrollo e implementación en el quinto.
- Los estudiantes contarán con toda la información sobre tiempos, evaluación, resultados, consultas y devoluciones.
- Haber asistido y participado al 70% de las clases.
- Participación activa desarrollo de cada trabajo práctico (siendo un total de 4, uno por unidad, más el trabajo final grupal).
- La exposición y defensa del trabajo final integrador será en forma oral y escrita, con exposiciones en las que nos encontraremos con el equipo de cátedra para evaluar su proceso. Las indicaciones serán revisadas previamente a fin de solventar dudas e inquietudes.



8.2 Sistema de evaluación/Condiciones de aprobación

Al ser una materia de EVALUACION CONTINUA, según Ord. N° 10/18 CD, se consideran los criterios e instrumentos de evaluación definidos por el equipo de cátedra y aplicados (de forma diversa) en todas las producciones.

Sistema de evaluación

- El estudiante deberá aprobar la instancia final integradora que comprende de un examen final.
- Dentro del proceso se realizarán tres actividades evaluativas parciales, que estará compuesta por trabajos prácticos evaluativos, evaluaciones estructuradas y/o semi estructuradas (dependiendo del caso), coloquios, trabajos escritos de tipo monográficos, sistematización de experiencias o prácticas, y/o exposiciones orales, etc.

Para promocionar la asignatura el estudiante deberá:

- Estudiante regular, es aquel que no alcanza la condición de promocional, pero que aprueba al menos dos parciales, siendo las fechas el 12/4/24 y el 31/5/24. Siendo regular el estudiante que no alcanza la condición de promocional pero aprueba las actividades evaluativas parciales.

Será promocional el estudiante que cumpla los requisitos expresamente establecidos en el programa de cátedra.

- Aprobar el 70% de los trabajos prácticos presenciales y virtuales.
- Cumplimiento del 70% de la asistencia a las clases prácticas o teórico-prácticas.
- Aprobación de la instancia final integradora.

La asignatura comprende un examen integrador final que se efectuará a durante las fechas de exámenes de la asignatura.

Dentro del proceso se realizarán las actividades evaluativas parciales, la fecha de exámenes parciales y presentación de trabajos prácticos, se establece claramente en el cronograma de clases. Los días de clases prácticas y manejo de equipos están definidos y estipulados en el punto siguiente de este programa.

Para aprobar la asignatura el estudiante debe:

- Presentar en tiempo y forma, según la guía entregada por la cátedra, los trabajos prácticos correspondientes a cada unidad, más la aprobación del trabajo práctico integrador. Siendo este trabajo es grupal (No más de 5 estudiantes por equipo). Posee una doble evaluación que se promediara: una nota por el producto final logrado por el grupo y una nota individual (por alumno) en función de las tareas definidas.

Instrumento de Evaluación

El proyecto final:

Consiste en un ecosistema digital acorde al perfil estratégico de una organización estipulada, debe contener un plan de acción con tiempos pre-establecidos, canales y medios acordados, definición del público y lineamientos de actividades colaborativas. Deberá contener:



- Una presentación acorde a los parámetros establecidos.
- La justificación de dicho ecosistema y cada una de las acciones
- Un mapa de ruta
- Una hoja de vida

Deberá presentarse la última semana de clases por medio de una exposición al equipo de cátedra, conformado por los miembros del grupo y sus compañeros de curso. La presentación podrá ser abierta y/o invitar además a profesionales de los medios y graduados de la carrera.

Procedimiento para promocionar

Previo al examen integrador, la dirección de alumnos entregará el listado de estudiantes que se encuentran en condiciones de promocionar la asignatura de acuerdo al régimen de correlatividades de cada plan de estudio.

- Los estudiantes que no cumplan los requisitos del régimen de correlatividad, no podrán promocionar, por lo que su condición será de regular.
- El estudiante promocional no debe inscribirse en mesa de examen.
- El estudiante regular: Es aquel que no alcanza la condición de promocional pero aprueba las actividades evaluativas parciales.
- En relación al tipo de asignatura, la producción sistemática y continua de materiales, el trabajo en equipo, la presentación en grupo de varios prácticos y el trabajo final; ante la imposibilidad de asegurar equipos de la Facultad en otras condiciones y fechas que no sean las de cursado, NO es posible rendir como "alumno libre" o "alumno no regular" esta materia.

9. CRONOGRAMA TENTATIVO DE ACTIVIDADES DE LA CÁTEDRA

Fecha	Modalidad	Docente	Tema/Actividad/Evaluación
29/03	Teórico	Fabián Coronel y Ciro Néstor Novelli	Presentación del programa, plataforma y los ejes centrales; objetivos, evaluación, metodología de trabajo, temas a abordar, correlativas, etc.
05/04	Teórico	Fabián Coronel	Ecosistemas y las nuevas tecnologías, campo de acción.
12/04	(Evaluativo)	Fabián Coronel	Nuevas tecnologías, evolución, tendencias y nuevos escenarios. Práctico 1
19/04	Teórico- Práctica	Fabián Coronel	Dimensiones interpersonales e hiper personales de la comunicación digital. Organizaciones y la comunicación, ejemplos.
26/04	Teórico- Práctica	Ciro Novelli	Entornos digitales, escenarios, reglas para la era digital y principios de la economía colaborativa. Práctico 2
3/05	(Evaluativo)	Ciro Novelli - Fabián Coronel	Formatos de narrativa digital, medios soportes, estructuras y canales.



10/05	Teórico-Práctica	Fabián Coronel	La comunicación en ecosistemas digitales, creación, modelos, diseño de estrategias. Práctico 3
17/5	Teórico-Práctica	Fabián Coronel	Estrategia de comunicación. Formatos narrativos transmediales, convergencias, productores y proyectos digitales. Práctico 4.
24/5	Feriado puente		
31/5	Teórico-Práctica (Evaluativo)	Ciro Novelli - Fabián Coronel	Principios transmediales, nuevas audiencias y el plan de comunicación.
07/6	Teórico-Práctica	Fabián Coronel	Perfil organizacional, comunicación, análisis, planificación y gestión. Trabajo Integrador
14/6	Teórico-Práctica (Evaluativo Final)	Fabián Coronel - Ciro Novelli	Presentación final de trabajo integrador.

VIGENCIA DE PROGRAMA		
AÑO	PROFESOR/A RESPONSABLE	FIRMA
2024	Mgter. Fabián Coronel	
VISADO POR		
DIRECTOR/A DE CARRERA O DEPARTAMENTO	DIRECCIÓN GENERAL DE GESTIÓN ACADÉMICA	