

#### IV. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN (de acuerdo al Art. 127 del

##### Reglamento Académico)

Dos evaluaciones parciales el primero en la octava semana de iniciada las clases y el segundo en la semana dieciséis; además se considera los trabajos académicos aplicativos a la mitad y al finalizar el periodo lectivo.

El promedio para cada Evaluación parcial se determina anotando el promedio simple de:

1. Evaluación Escrita (con un decimal sin redondeo)
2. Evaluación Oral (con un decimal sin redondeo)
3. Trabajo Académico.

Se considerarán los trabajos académicos aplicados a la mitad y al finalizar el periodo lectivo como tercera nota

El promedio final se hará calculando:  $PF = \frac{P1+P2}{2}$

Los promedios P1 y P2, serán anotados con un decimal sin redondeo.

##### VISITA ACADÉMICAS PROGRAMADAS

Las visitas académicas programadas no afectará la programación de clases del curso y de otros cursos de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

#### V. BIBLIOGRAFÍA

<u>AUTOR</u>	<u>AÑO DE EDICIÓN</u>	<u>TITULO</u>	<u>EDITORIAL</u>
1. PEREZ ALONSO, Beatriz	2012	“Competencias y roles del comunicador social en la era digital”	Universidad de la Habana.
2. ACED, Cristiana.	2013	“Relaciones Públicas 2.0 Cómo gestionar las comunicación corporativa en el entorno digital.	Editorial UOC.
3. SAVIVAR VAQUERO, Clara.	2010	“Tecnología de la información y la comunicación”	Edit. Pearson.
4. ARQUES SALVADOR, Neus	2006	“Aprender comunicación digital”.	Edit. Paidós.
5. REQUENA SANTOS, Félix.	2012	“Análisis de las redes sociales”.	Centro de Investigaciones Sociológicas.

Huacho, abril del 2018



JOSE FAUSTINO SANCHEZ



Universidad Nacional  
"José Faustino Sánchez Carrión"



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

Av. Echenique S/N – Telf. 236097 Anexo: 230

#### SILABO

ASIGNATURA: Comunicación Digital

CÓDIGO: 21556

#### I. DATOS GENERALES

- 1.1 DEPARTAMENTO ACADÉMICO : Ciencias de la Comunicación.
- 1.2 ESCUELA PROFESIONAL : Ciencias de la Comunicación
- 1.3 CICLO ACADÉMICO : X
- 1.4 SEMESTRE ACADÉMICO : 2018-I
- 1.5 PESO ACADÉMICO : TH:6 ; HT-2 ; HP -4
- 1.6 CRÉDITOS : 03
- 1.7 PRE REQUISITO : 21201
- 1.8 DOCENTE : Mg. Richard Joel Borja Goñi
- 1.10. CORREO ELECTRONICO : rborja26@gmail.com

#### II. SUMILLA:

El alumno entenderá la forma de interacción de la empresa con sus clientes y mejorar la fidelización de los mismos. Analizará las características de comunicación propias de la Web. Establecerá criterios de edición de contenidos online. Desarrollará un blog de contenido del entorno social.

#### III. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

##### 3.1 Objetivos o Competencias

- Estudiar y entender las estrategias de comunicación en el entorno digital.
- Ejecutar las estrategias de comunicación utilizando las herramientas digitales.

##### 3.2 Estrategias Metodológicas

- Por parte del docente se utilizará como estrategia cognitiva los equipos multimedia; así también la exposición Oral.
- Se realizará exposiciones grupales de los alumnos, elaboración y sustentación de trabajos, análisis y debate de textos y material audiovisual.

##### 3.3 Medios y Materiales de Enseñanza

- Ordenador PC y proyector multimedia, Textos y separatas, Videos, papelógrafos.

## VI. CONTENIDO TEMÁTICO Y CRONOGRAMA

UNIDAD TEMÁTICA	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDOS ANALÍTICOS	Nº SEM
I INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN DIGITAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Breve historial de la comunicación digital. Tipos de contenido. Contenidos diferenciales: originalidad, calidad, oportunidad. El público frente a un sitio.</li> </ul>	1.1 Antecedentes de la comunicación digital.	1
		1.2 Elementos de la comunicación digital.	2
		1.3 Las tecnologías de información y comunicación (TICs).	3
		1.4 Ventajas y desventajas de las TICs. El papel de las TICs en las empresas.	4
II LA INTERNET	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprende en estudio de la comunicación internet y las nuevas tecnologías en la sociedad de la información</li> </ul>	2.1 La Internet. Concepto. Características.	5
		2.2 Conceptos y aplicaciones de Web 2.0; diferencia con la Web 1.0.	6
		2.3 Los Wikis (ventajas y desventajas). Blogs. Redes Sociales y Foros	7
		<b>2.4 EXAMEN PARCIAL Y PUBLICACIÓN DE RESULTADOS</b>	8
III EL ECOSISTEMA Y LA CIUDAD DIGITAL.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analiza la diversidad de información que se encuentra en la web con carácter críptico.</li> </ul>	3.1 Interactividad. Personalización. Actualización y abundancia.	9
		3.2. Hipertextualidad. Multimedia y mediación.	10
		3.3 Facebook. Twiter. Youtube.	11
		3.4 Comunicación digital móvil.	12
IV LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN LAS ORGANIZACIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>Explica concepto y fuentes de la comunicación digital en las organizaciones.</li> </ul>	4.1 Impacto globalizado de la comunicación digital en las organizaciones.	13
		4.2 Satisfacción del cliente interno y externo a través de las comunicaciones digital.	14
		4.3 La comunicación digital como método de capacitación en las organizaciones.	15
		4.4 Presentaciones de trabajos finales.	16
		<b>4.5 EXAMEN FINAL Y PUBLICACIÓN DE RESULTADO</b>	17