

PROGRAMA DE CURSO

Nombre de la asignatura: Taller de Medios Digitales	Ciclo: Primavera 2024
Profesor(a): Juan Claudio Poot Meras (juan.poot@uimqroo.edu.mx) Oscar Lucan Parrao Rivero (oscar.parrao@uimqroo.edu.mx)	Clave: ITIC-202
<p>Objetivo general: El objetivo principal de la asignatura de Medios Digitales será proporcionar al alumno los conocimientos para producir y compartir contenidos de calidad con el uso de imagen, audio y video con visión estratégica para medios digitales, así como el de hacer marketing digital para posicionar una organización, usando SEO o SEM.</p> <p>Objetivos específicos: Aportar al alumno los conocimientos necesarios para la gestión de los diferentes medios digitales actuales, a su vez la creación de contenido de calidad y su correcta publicación en la industria de los medios y mercados digitales.</p>	<p>Horas: 48</p> <p>Créditos: 5</p>
Antecedentes académicos: Ninguno	
Articulación con otras experiencias formativas del mapa curricular (relación vertical y horizontal con otras asignaturas): Tecnologías multimedia, Diseño I, Diseño de páginas web.	
<p>Competencias generales y específicas a desarrollar:</p> <p>Al finalizar el programa el alumno podrá haber adquirido las capacidades para poder:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar y comprender el rol de la información en los medios digitales. • La utilización de los espacios digitales como bitácoras para el manejo de información. • Producir, gestionar y compartir información en espacios digitales. • Planificación de medios digitales y de proyectos colaborativos • Analizar y comprender la importancia del manejo de las redes sociales y su impacto organizacional. • Adquisición de competencias digitales de diseño y organización para la administración y vinculación entre los espacios virtuales. 	
<p>Contribución al perfil de egreso: El egresado al concluir el curso desarrollará habilidades para el manejo y desarrollo de técnicas con las que podrá producir y compartir contenidos de calidad en la llamada WEB 2.0, por otro lado fortalecer los estándares como usuarios con la aparición de nuevas tecnologías demandadas por la industria y mercados digitales, así como el de hacer marketing digital por medio de las redes sociales y técnicas SEO.</p>	

Temario

Sem.	Tema/Objetivo/Subtemas	Actividades de aprendizaje	Bibliografía
Tema 1: Tecnología, medio y sociedad Objetivo: <ul style="list-style-type: none"> Conocer los requisitos necesarios para publicar información. Entender las normas de Propiedad Intelectual, Copyright y Creative Common. Conocer las herramientas de la WEB 2.0 que posibiliten la 			
I	Presentación del programa del curso. Vinculo con el modelo educativo y la materia.		
	Evaluación diagnóstica. (examen diagnóstico y de suficiencia)		
	Ceremonia intercultural de apertura del Ciclo.		
II	1.1 Sociedad e industria del conocimiento. 1.2 El Rol de la información.	Conceptos básicos Participación en foro virtual de discusión..	Marcelo Sánchez (2013)
III	1.3 El valor de la Información. 1.4 El valor social de la información. 1.5 La desinformación. 1.6 Medición de la información en el mundo digital.	Conceptos básicos Participación en foro virtual de discusión.	Laudon K. & Laudon J . (2012) Alejandro Piscitelli (2004) Aurelio Garcia de Sola (2010)
Tema 2: Planificación de medios digitales Objetivo: El alumno podrá planificar estrategias digitales para la publicación en medios digitales, uso de las nuevas plataformas para la creación de blogs que conforman los espacios digitales predilectos por los internautas.			
IV	2.1 Definiciones y Conceptos 2.2 Los espacios digitales.	Conceptos básicos. Participación en foro virtual de discusión.	John Whitfield (2012)
V	2.3 La estrategia digital 2.4 La creación de Blog	Conceptos básicos Uso y manejo de plataformas para la creación de blogs personales. Participación en foro virtual de discusión.	Martin Alejandro Navarro (2011)
VI	2.5 Estilos/género literario del formato de la información 2.6 Importancia y tipos de Dominios	Publicaciones en blog personal. Participación en foro virtual de discusión.	Martin Alejandro Navarro (2011)
	<i>Observación de clase.</i>		

Sem.	Tema/Objetivo/Subtemas	Actividades de aprendizaje	Bibliografía
Tema 3: Contenidos fragmentados, Proyectos colaborativos			
Objetivo: Analizar el impacto que tienen los contenidos de internet en la interacción y experiencia usuario. Además de la involucración de la tecnologías en los proyectos colaborativos.			
VII	3.1 Definiciones y conceptos 3.2 Usabilidad y cumplimiento de estándares de aplicaciones y sitios en internet	Conceptos básicos	Mark Harnett – (2012) Fahs Chad – (2009) Claudio Veloso – (2012)
VIII	3.3 Redes sociales como un servicio basado en internet. 3.4 Clasificación de las redes sociales. 3.5 El código QR	Generación de códigos QR Participación en foro virtual de discusión.	Mark Harnett – (2012) Fahs Chad – (2009) Claudio Veloso – (2012)
IX	Evaluación del primer parcial. Retroalimentación de la evaluación parcial.		
X	3.6 El trabajo/proyecto Colaborativo y las nuevas tecnologías.	Planeación de proyecto Colaborativo Participación en foro virtual de discusión.	Alejandro Piscitelli – (2010)
Tema 4: Agrupadores y el marketing y publicidad on-line			
Objetivo: Que el alumno aproveche las oportunidades que Internet nos brinda para potenciar un negocio/organización o marca de manera más eficiente. Hablamos de la promoción de la Web en los principales motores de búsqueda así aprovechar el impacto de las redes sociales			
XI	4.1 Introducción, conceptos y definiciones 4.2 Los canales RSS 4.3 Administradores de contenidos	Conceptos básicos de planeación de proyectos. Participación en foro virtual de discusión.	Mark, Harnett – (2012) Tayar R. (2010) Neil Richardson y otros (2012) Mark, Harnett – (2012)
XII	4.5 Plataformas de gestion de redes sociales.	Uso de plataforma Hotsuite, Tweetdeck, Sensible y Marketmesuite. Participación en foro virtual de discusión.	Mark, Harnett – (2012) Tayar R. (2010) Neil Richardson y otros (2012) Mark, Harnett – (2012)
2ª. Observación de clase.			
XIII	4.6 La nueva era en la comunicación 4.7 Comercial audiovisual 4.8 Naturaleza de los canales de distribución	Aplicación de Community Mananger Participación en foro virtual de discusión.	Mark, Harnett – (2012) Tayar R. (2010) Neil Richardson y otros (2012) Mark, Harnett – (2012)
XIV	Segunda evaluación Parcial Retroalimentación de la evaluación parcial.		

Sem.	Tema/Objetivo/Subtemas	Actividades de aprendizaje	Bibliografía
Tema 5: Proyecto de un medio digital interactivo.			
Objetivo: El alumno analizará el uso de las herramientas digitales, cumpliendo con los estándares necesarios para el diseño y formulación de un proyecto de medios digitales.			
XV	5.1 Pautas para la elaboración del proyecto 5.2 Fundamentación 5.3 La plataforma 5.4 Maquetación del sitio 5.5 El proyecto de medios digitales. 5.6 Google Analytics	Esquemas de proyectos. Participación en foro virtual de discusión.	Lorena Betta(2012) Marcelo Sánchez (2012)
XVI	5.7 Estrategias SEO, SEM y posicionamientos WEB	Presentación de proyecto finalizado. Posicionar red social, portal web, blog, página de Facebook usando SEO, hacer reporte de posicionamiento usando google analytics	Lorena Betta(2012) Marcelo Sánchez (2012)
XVII	Evaluación comprehensiva. Retroalimentación de la evaluación.		

Evaluación

Criterios y procedimientos de evaluación y acreditación del estudiante	Porcentaje
1. Evaluaciones parciales. Primera evaluación parcial (Tema 1-2, 50%, Semana IX) Segunda evaluación parcial (Tema 3-4, 50%, Semana XIV)	30%
2. Una evaluación comprehensiva en la semana XVII	30%
3. Valores: Puntualidad, honestidad, responsabilidad, confiabilidad, justicia, comunicación, liderazgo, superación, solidaridad, cordialidad e integridad	10%
4. Interculturalidad: *Tareas, exposiciones de subtemas y participaciones en clase (15%) * Proyecto final (prototipo del sitio de comercio electrónico) (20%) *Lecturas y estudios de casos (15%) * Asistencia: al menos el 80% de las sesiones del semestre (50%)	30%
Total	100 %

Evaluación del Profesor(a) en Aula por parte del coordinador(a) o profesor(a) designado(a)

Criterios.

1. Puntualidad en el inicio y la conclusión de la clase.
2. Comunicación de los objetivos de la clase comunicados con claridad.
3. Desarrollo del tema de la clase.
4. Participación de la mayoría de los estudiantes de la clase.
5. Estrategia(s) pedagógica congruente con los objetivos de la clase.
6. Uso de apoyo(s) didáctico(s).
7. Atención a las dudas u observaciones de los estudiantes.
8. Interés por parte de los estudiantes en el tema de la clase.
9. Respeto mutuo entre profesor y estudiantes.
10. Evaluación del aprendizaje del tema integrada al desarrollo de la clase.

Perfil del docente: Ingeniero o licenciado en sistemas computacionales, Licenciado en Informática o licenciaturas a fin, Titulado y con experiencia en Docencia.

Bibliografía

Principal

- Laudon K. & Laudon J. (2012) Sistemas de Información Gerencial: administración de la empresa digital. Ed. Pearson
- Aurelio Garcia de Sola (2010) La empresa 2.0. 1 2 3 4 5 Historias para triunfar en los medios Sociales. (Disponible en internet: <http://www.madridnetwork.org/noticias/detalle/Presentado-el-libro-La-empresa-20>).
- Alejandro Piscitelli (2004) Nativos digitales: dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación.
- Mark Harnett (2012) - Guía de Acceso rápido a podcasting – Granica
- Fahs Chad – (2009) – Exprime Youtube – Anaya Multimedia
- Caludio Veloso – (2012) – Facebook y Twitter para adultos - ALFAOMEGA GRUPO EDITOR
- Neil Richardson - Ruth M. Gosnay - Angela Carroll – (2012) – Marketing en Redes Sociales –Granica
- Mark, Harnett (2012). Guía de Acceso Rápido a Google Adwords. – Granica
- Marcelo SancheZ (2012). Taller de medios digitales. UCES Rafaela. Disponible en: <https://drive.google.com/a/uimqroo.edu.mx/file/d/0B5jBB-nxfcfXYnRnTF80THViSWs/edit>.

Complementaria

- Tayar R. (2010)- ORM – Reputación Online - SEM – Search Engine Marketing SEO Posicionamiento Web. Disponible en: <http://www.ricardotayar.com/>
- Alejandro Piscitelli – (2010) – El proyecto Facebook y la postuniversidad – Fundacion telefónica. Disponible en línea en: <http://www.proyectofacebook.com.ar/el-proyecto-facebook-y-la-posuniversidad/>