

Medios Digitales y Comunicación Social

Ciencias Sociales y Humanidades

Contenido

Introducción
Objetivos Generales y
Específicos
Competencias
Salidas Profesionales
Plan de Estudios





La industria de la información experimenta importantes transformaciones consecuencia del cambio tecnológicos, los nuevos soportes multimedia y la segmentación de las audiencias y su multiculturalidad.

La aparición de los self media, es decir, las aplicaciones interactivas de Internet posibilitan y permiten la participación de la audiencia en el proceso informativo.

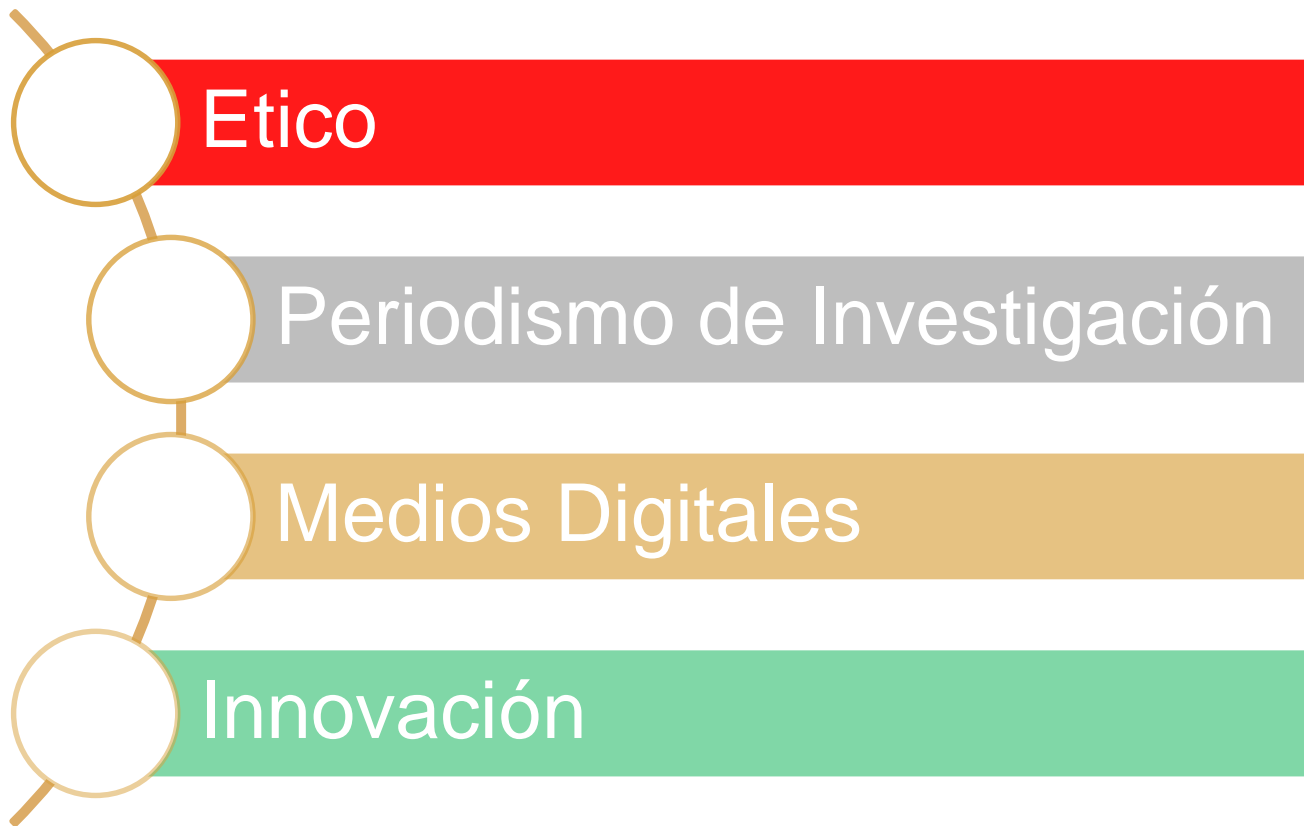


La **necesidad de abordar problemas informativos contemporáneos desde una perspectiva ética y comprometida** con el desarrollo sostenible plantea que los **profesionales de comunicación social desarrollen competencias en el manejo de medios digitales y emergentes.**

En este escenario, el periodismo del nuevo siglo requiere profesionales especializados en la creación de contenidos que faciliten a las audiencias la comprensión del entorno local y global, a través de los distintos canales de distribución mediática de información y con la capacidad de investigar y gestionar proyectos informativos.

Componentes diferenciadores en 4 líneas

5



1. Objetivos

Medios Digitales y Comunicación Social

7 Objetivo General



Formar un profesional de la comunicación social con un perfil polivalente, crítico y ético que atiende a la diversidad de medios y soportes digitales, en correspondencia con los objetivos estratégicos de expresión, persuasión e información sobre la base de la investigación y con la capacidad de emprender proyectos de comunicación digital, innovadores y de transmedia.

Objetivos Específicos

- ▶ Desarrollar competencias que permitan afianzar el pensamiento crítico y ético en la investigación periodística y su aplicación en las nuevas tecnologías y medios emergentes.
- ▶ Contribuir a la capacidad ética, desde la veracidad, al respeto de los derechos de las personas, y las normas deontológicas de la profesión periodística.

Objetivos Específicos

- ▷ Desarrollar competencias que le permitan participar en producciones periodísticas digitales e interactivas de carácter nacional e internacional que demanden profesionales expertos en el manejo de nuevas tecnologías en el ámbito de la comunicación social y en nuevos medios.
- ▷ Comprender, respetar y promover el valor de la diversidad cultural y de la libertad de expresión.
- ▷ Analizar y evaluar dilemas éticos relacionados con su persona, su práctica profesional y su entorno.

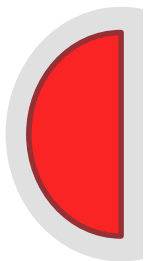
Enfoque y elemento diferenciador

La carrera de Medios Digitales y Comunicación Social aborda su campo profesional desde la **investigación, el uso de las tecnologías, los nuevos medios** y el **periodismo de datos** a través de la **comunicación, presentación y visualización multiplataformas.**



Perfil de Egreso

- ▶ Es un gestor estratégico, agente de cambio con fundamentos éticos, humanísticos, responsabilidad social y con una apertura a la realidad nacional e internacional para la gestión de informaciones fidedignas.
- ▶ Posee la capacidad de accionar sobre las nuevas formas y medios de investigar y comunicar las informaciones de manera oportuna, pertinente y sustentadas en la veracidad y la ética.
- ▶ Conoce las necesidades reales de la prensa, radio, televisión, Internet, gabinetes de prensa y agencias de comunicación.



Perfil de Egreso

- ▶ Está capacitado para trabajar en equipo, comunicar, contrastar las fuentes de información, analizar y emitir juicios de valor, sin olvidar el sentido de la responsabilidad y el carácter ético de las informaciones.
- ▶ Comprende, respeta y promueve el valor de la diversidad cultural y de la libertad de expresión.

2. Competencias

Medios Digitales y Comunicación Social

Conocimiento general de los medios de comunicación y de los cambios que la irrupción de Internet ha supuesto en el sector y en la manera de informar.

Capacidad para crear , editar y presentar contenidos periodísticos en un entorno multiplataforma (escritos, audiovisuales e interactivos).

Capacidad de buscar, seleccionar y filtrar información fidedigna, así como de contrastar sus fuentes.

Competencias

Conocimiento de las rutinas y procesos de comunicación social en la variedad de entornos laborales de la comunicación, tanto los tradicionales como los emergentes.

Capacidad de adaptarse a los objetivos organizacionales y contribuir a su consecución, especialmente cuando dependan de la percepción que sus públicos más relevantes tienen de la organización.

Competencias

Redactor de contenido transmedia (prensa, radio, televisión e internet).

Presentador, corresponsal y reportero.

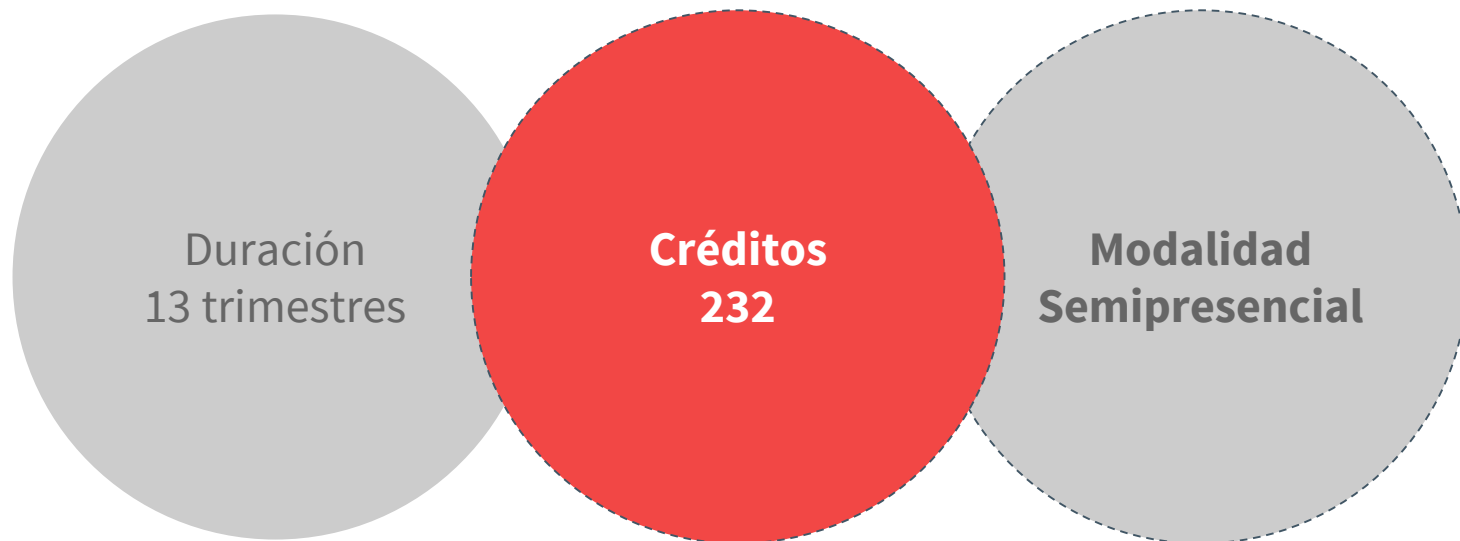
Responsable de comunicación corporativa.

Gestor de portales y contenidos web.

Salidas Profesionales

3. Plan de Estudios

Medios Digitales y Comunicación Social



Trimestre	Claves	Asignatura	Créditos	Prerrequisito / Co-requisitos
1	AHC101	Comunicación en Lengua Española I	2	
	AHO101	Orientación académica e institucional	2	
	CBM101	Algebra y geometría analítica	5	
		Comunicación efectiva y dinámica de grupo	2	AHC101 (Co-requisito)
	CSS101	Ser humano y sociedad	4	
		Inglés Básico I	0	
		Taller de arte y cultura	2	
			17	
2	AHC102	Comunicación en Lengua Española II	2	AHC101
		Vida en el medioambiente	4	
		Taller de expresión comunicativa	2	AHC102 (Co-requisito)
	CBM102	Cálculo diferencial	5	CBM101
	AHQ101	Quehacer científico	4	
		Inglés Básico II	0	
			17	

3		Deporte	2	
		Inglés Intermedio I	0	
		Escritura para los Medios I	4	AHC-102
		Historia y Teorías de la Comunicación	3	
		Introducción a la Periodismo	4	
		Introducción a la Psicología	3	
		Contexto Social, Político y Cultural Dominicano	3	
			19	
4		Estadística Descriptiva	4	
		Inglés Intermedio II	0	
		Investigación y emprendimiento	2	
		Escritura para los Medios II	4	Escritura para los Medios I
		Metología de la Investigación periodística	4	
		Introducción a los Medios Digitales y emergentes	3	
			17	

5		Semiótica	5	
		Fundamentos del Diseño Gráfico	3	
		Guión Audiovisual	4	
		Fotografía I	4	
		Inglés Avanzado I	0	
		Compromiso social y cívico	2	
			18	
6		Expresión oral y escrita para medios audiovisuales	4	Escritura para los Medios II
		Fotografía II	4	Fotografía I
		Locución para televisión y Radio	4	Taller de expresión comunicativa
		Técnica del Sonido	4	
		Inglés Avanzado II	0	
		Tópicos de Ética	2	
			18	

7		Taller de Redacción y Cobertura de Medios	4	Técnica del sonido, locución para radio y televisión
		Periodismo de Investigación y Desarrollo	4	Introducción al Periodismo
		Fundamentos de Sistema de Información	4	
		Fundamentos de Marketing	2	
		Electiva histórico-cultural	4	
			18	
8		Producción Audiovisual I	5	Teoría y Técnica del Sonido, Guión Audiovisual
		Tecnologías para la Programación y Diseño Web	3	Fundamentos de Sistema de Información
		Fotoperiodismo	4	Fotografía I y II
		Taller de Radio y Televisión	4	Taller de Radio, Televisión, Técnica de Sonio
		Introducción a la Sociología	3	
			19	

9		Taller de periodismo para diarios, cobertura periodística, edición, diseño y producción	4	Trimestres del 1 al 8
		Storytelling	3	Redacción I y II
		Introducción a las Ciencias Políticas	4	
		Producción Audiovisual II	5	Audiovisual I
		Proyecto medioambiental	2	4 créditos de vida en el ambiente
			18	
10		Taller Perspectivas y Tendencias Internacionales	3	Trimestres del 1 al 9
		Legislación, Derecho y Propiedad Intelectual	3	Teorías de la Comunicación
		Comunicación Estratégica Online	4	Fundamentos de Marketing
		Postproducción	4	Producción Audiovisual I y II
		Introducción a la Economía	4	
		Proyecto de integración de Estudios Generales	2	48 créditos aprobados de Estudios Generales
			20	

11		Periodismo Digital	4	Introducción al Periodismo
		Video Creación	3	Guión Audiovisual, Teoría y Técnica del Sonido, Postproducción
		Estadísticas y Medición de Audiencias	3	Estadísticas Descriptiva y Fundamentos de Marketing
		Creación y Gestión de Contenidos para Redes Sociales y Web	4	Introducción al Periodismo
		Práctica en Empresas Radio, Televisión o Prensa, agencia digital, agencia publicitaria	4	Trimestre del 1 al 10
			18	
12		Etica Periodística	4	Tópicos de Etica
		Cobertura periodística para Medios Audiovisuales (televisión y radio)	4	Trimestre del 1 al 10
		Opinión Pública y Propaganda	4	
		Comportamiento del Nuevo Consumidor o Prosumer	2	Fundamentos de Marketing
		Taller de Emprendimiento e Innovación en Medios Digitales	3	Trimestre del 1 al 10
			17	

13		Realización de Documental	4	Trimestre del 1 al 10
		Periodismo de Datos	4	Periodismo Digital
		Taller de Gestión de Contenidos en Multiplataformas	4	CSG209
		Trabajo de Grado	4	Trimestre del 1 al 12
			16	
Total de créditos			232	

▷ Rutas Formativas

Ruta Formativa	Cantidad de Asignaturas	CR	%
Formación Estudios Generales	50	50	22%
Formación Especializada	50	50	22%
Formación Profesional	132	132	57%
Total	232	232	100%

“El periodismo actual es un ecosistema de **esfuerzos de investigación** que reúne a **diversas disciplinas** en una red no jerárquica de colaboradores para **responder a las necesidades de rendición de cuentas de los ciudadanos.**”

Clay Shirky, profesor de la Universidad de Nueva York

Medios Digitales y Comunicación Social

Ciencias Sociales y Humanidades