



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

Materia: PRACTICAS PRE-PROFESIONALES II / CMS
Código: FLC0363
Paralelo: B
Periodo : Marzo-2017 a Julio-2017
Profesor: NEGRETE MARTINEZ NANCY ELIZABETH
Correo electrónico: nnegrete@uazuay.edu.ec

Nivel: 8

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
3				3

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Lo que se pretende es incentivar en los alumnos a ser creativos y a buscar sus propios espacios en donde demuestren que están capacitados para desarrollar un trabajo de forma semi-profesional en las áreas que se determinan en esta asignatura. Cubrir esos vacíos teóricos y que en la práctica demuestren todo su potencial. En otras palabras hay que aplicar los conocimientos teóricos adquiridos en las aulas universitarias a la vida de las organizaciones, tanto en las buenas relaciones con los públicos, la solución de problemas, así como para el crecimiento y desarrollo organizacional.

La asignatura de Prácticas pre-profesionales II, está relacionada con la necesidad que tiene la Escuela de Comunicación Social, de que los alumnos que ya cumplieron los requisitos previos como haber aprobado cierto número de materias correlacionadas con las áreas de: Publicidad, Comunicación organizacional, Redacción periodística, Publicidad Radial y Televisiva, Cultura y comportamiento Organizacional, Organización de eventos, etc., puedan realizar sus prácticas, en varias empresas que mantienen relaciones con la Universidad del Azuay.

Luego de haber recibido las suficientes materias básicas en los cursos anteriores en donde conocieron como es la planificación, la investigación y los logros que consiguieron en su formación académica, ahora tienen que demostrarlo llevando esos criterios a los campos específicos y de práctica, en este último ciclo de la carrera con la materia de prácticas II, la misma que cierra el círculo de aprendizaje en la formación para cumplir con el perfil de egreso de la carrera.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

01.01.	Web. 2.0 comunidades y redes sociales
01.02.	Social Media: crecimiento de las redes sociales en América Latina y el mundo
01.03.	Mediamorfosis
02.01.	Evolución y tipos de redes sociales
02.02.	Estrategias de posicionamiento y contenidos en redes sociales
02.03.	La netetiqueta
02.04.	Marketing en redes sociales
02.05.	Línea de comunicación: cómo escribir en internet
03.01.	Habilidades, destrezas y roles de un CM

03.02.	La ética del CM
03.03.	Herramientas básicas de gestión de un CM
03.04.	Las 7'cs del CM
04.01.	Presencia positiva en línea
04.02.	Cómo responder a las críticas
04.03.	Perfil de usuarios y tipos de comunidades
04.04.	Prosumidores
05.01.	Qué es y para qué sirve la analítica web
05.02.	Análisis básico con Google Analytics
05.03.	Informes que genera un Community Manager
05.04.	Herramientas de medición en Facebook y Twitter
05.05.	Herramientas para Instagram
05.06.	Optimización de perfiles en LinkedIn
05.07.	Manejo de una red social aplicando los conceptos aprendidos

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

br. Practica las funciones de la profesión en organizaciones y medios de comunicación.

Evidencias

-Aplica los conocimientos y fundamentos teórico-prácticos de la enseñanza –aprendizaje, impartidos en las aulas y laboratorios de la UDA en organizaciones.

-Informes
-Prácticas de campo (externas)

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Prácticas de campo (externas)	Revisión del proyecto propuesto.	Comunidades Virtuales, Redes Sociales	APORTE 1	5	Semana: 3 (03-ABR-17 al 08-ABR-17)
			APORTE 1		
Prácticas de campo (externas)	Revisión de documentación parcial y avance de prácticas.	Comunidades Virtuales, Perfil profesional y funciones del Community Manager, Redes Sociales	APORTE 2	10	Semana: 7 (02-MAY-17 al 06-MAY-17)
			APORTE 2		
Prácticas de campo (externas)	Revisión total del proyecto y de la documentación	Analítica web, Reputación on line y audiencias digitales	APORTE 3	15	Semana: 12 (05-JUN-17 al 10-JUN-17)
			APORTE 3		
Informes	Sustentación y entrega de la documentación	Analítica web, Comunidades Virtuales, Perfil profesional y funciones del Community Manager, Redes Sociales, Reputación on line y audiencias digitales	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (09-07-2017 al 22-07-2017)
			EXAMEN		
Informes	Entrega y verificación de la documentación e informe en la fecha establecida	Analítica web, Comunidades Virtuales, Perfil profesional y funciones del Community Manager, Redes Sociales, Reputación on line y audiencias digitales	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (23-07-2017 al 29-07-2017)
			SUPLETORIO		

Metodología

6. Referencias

Bibliograf3a base

Libros

Autor	Editorial	T3tulo	A3o	ISBN
Jos3 Antonio Dorado J	Madrid: S3ntesis	Protocolo, relaciones p3blicas y comunicaci3n /Jos3 Antonio Dorado J	2011	

Web

Software

Revista

Bibliograf3a de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobaci3n: **13/03/2017**

Estado: **Aprobado**