



FACULTAD DE FILOSOFÍA Y CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA COMUNICACIÓN SOCIAL

1. Datos generales

Materia: MATERIA OPCIONAL O TRABAJO EN PROYECTOS
Código: FLC0265
Paralelo: A
Periodo : Septiembre-2017 a Febrero-2018
Profesor: ZIBELL GARCIA MATIAS
Correo electrónico: mzibell@uazuay.edu.ec

Nivel: 7

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
3				3

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

El curso tiene dos componentes. Por un lado los estudiantes recibirán información teórica sobre la revolución digital y los cambios en la producción y el consumo de noticias en las nuevas plataformas digitales, y por otro lado deberán desarrollar estos conocimientos teóricos de una forma práctica en la creación de plataformas digitales de noticias.

Las materias optativas complementan la formación del estudiante de comunicación. En este caso, la materia de Periodismo Digital es un reflejo de los cambios en el campo del periodismo experimentados a partir del surgimiento de internet y del consumo de productos noticiosos a partir de plataformas digitales. Es por ello que resulta importante que el estudiante de comunicación se sumerja en la revolución digital, entienda la evolución tanto en la generación como en la recepción de noticias los últimos años, incorpore conocimientos para generar contenidos noticiosos en plataformas digitales y entienda fenómenos propios de la era digital como el de periodistas ciudadanos y medios alternativos.

Periodismo digital es un complemento a las asignaturas de Redacción Periodística y Periodismo Radial que se encuentran en etapas más tempranas de la carrera, y también incorpora conocimientos de Fotografía y Video.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	El Medio es el Mensaje
1.2	Orígenes de la revolución
1.3	Conceptos básicos de la era digital
1.4	Desafíos digitales
2.1	Orígenes del periodismo digital
2.2	La división de las redacciones periodísticas
2.3	Los cambios en el consumo de noticias
2.4	La nueva forma de hacer periodismo
3.1	Orígenes del contenido producido por los usuarios
3.2	Medios alternativos de comunicación

3.3	¿Cualquiera puede ser periodista?
3.4	Experiencias del Periodismo Ciudadano
4.1	La Revolución de los Blogs
4.2	Twitter
4.3	Redes sociales
4.4	De YouTube a Vine, de Flickr a Instagram

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

by. Amplía los conocimientos sobre la actualidad regional, nacional, internacional para aplicarlos en diversas áreas de la carrera.

-Reconoce las problemáticas sociales más importantes de la actualidad.

-Foros, debates, chats y otros
-Proyectos
-Reactivos
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Revolución Digital		APORTE 1	5	Semana: 4 (16-OCT-17 al 21-OCT-17)
Foros, debates, chats y otros	Redes sociales y periodismo ciudadano		APORTE 2	10	Semana: 6 (30-OCT-17 al 01-NOV-17)
Trabajos prácticos - productos	Periodismo digital		APORTE 3	15	Semana: 11 (04-DIC-17 al 09-DIC-17)
Proyectos	Proyecto de periodismo hiperlocal		EXAMEN	20	Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018)
Reactivos	Supletorio		SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (28-01-2018 al 03-02-2018)

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ARCADI, ESPADA & HERNÁNDEZ, ERNESTO	Duomo	EL FIN DE LOS PERIÓDICOS	2009	9788492723119
BARBICAN	Barbican	DIGITAL REVOLUTION	2014	9780946372997
BOULTON, JIM	Laurence King Publishing	100 IDEAS THAT CHANGED THE WEB	2014	9781780673707
FRANCO, MARTA & PELLIECER, MIQUEL	UOC	OPTIMISMO PARA PERIODISTAS	2014	9788490641071

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KLAUS SCHWAB	World Economic Forum	The Fourth Industrial Revolution	2016	978-1-944835-01-9
ALESSANDRO BARICCO	Anagrama	Los Bárbaros	2008	978-84-339-6273-7

Web

Autor	Título	Url
Marshall McLuhan	Comprender a los medios de comunicación	http://aulavirtual.uazuay.edu.ec/pluginfile.php/69941/mod_resource/content/1/McLuhan_Marshall_Comprender_los_medios_de_comunicacion.pdf
Guadalupe López y Clara Ciuffoli	Facebook es el mensaje	https://taller4g.files.wordpress.com/2013/06/fb_mensaje.pdf
Giovanni Sartori	Hommo Videns	http://aulavirtual.uazuay.edu.ec/pluginfile.php/70100/mod_resource/content/1/Homo_Videns_La_sociedad_teledirigida.pdf

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **08/09/2017**

Estado: **Aprobado**